
الكتاب الأول
٣٠١
طريقة لإضفاء روح
المرح
في العمل
تأليف: ديف هيمساث وليزلي يركيس
رسوم: دانيال ماكويلين
إعداد قسم الترجمة بدار الفاروق
دار الفاروق
للاستثمارات الثقافية
BERRETT BK KOEHLER



٣٠١ طريقة
لإضفاء روح المرح
في العمل

الناشر: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية (ش.م.م)

العنوان: ١٢ ش الدقي – الجيزة – مصر
تليفون: ٠٢/٣٧٦٢٢٨٣٠ – ٠٢/٣٧٦٢٢٨٣١ – ٠٢/٣٧٦٢٢٨٣٢ – ٠٠٢/٠٢/٣٧٦٢٢٨٣٢ –
٠٢/٣٧٤٨٠٧٢٩ – ٠٢/٣٧٤٩١٣٨٨
فاكس: ٠٢/٣٣٣٨٢٠٧٤

فهرسة أثناء النشر/ إعداد الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية. إدارة الشئون الفنية.

هيمساث، ديف

٣٠١ طريقة لإضفاء روح المرح في العمل (الكتاب الأول)/تأليف: ديف هيمساث، ليزلي يركيس؛ ترجمة قسم الترجمة بدار الفاروق – ط ٠١ – الجيزة: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية (ش.م.م)، ٢٥٢ ص؛ ٢٢ سم.١٢/

تدمك: 978-977-455-550-8
رقم الإيداع: ٢٠١٠/٤٠٧١
١- العمل – الجوانب النفسية
٢- المرح
أ- يركيس، ليزلي (مؤلف مشارك)
ب- العنوان
ديوي: ١٥٥,٩٢٦

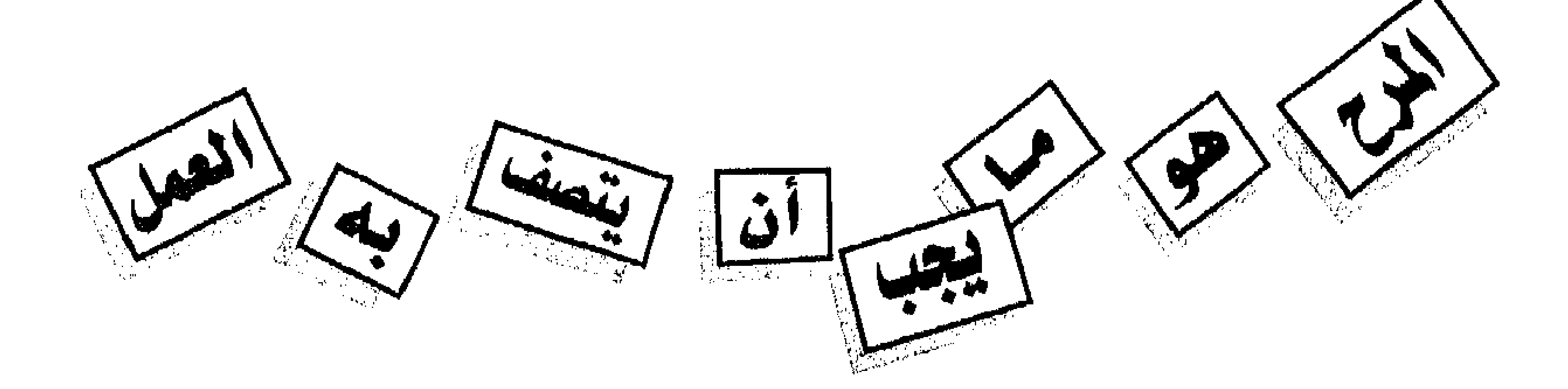
الطبعة العربية الأولى: ٢٠١٠
الطبعة الأجنبية الأولى: ١٩٩٧
www.daralfarouk.com.eg
www.darelfarouk.com.eg



٣٠١ طريقة
لإضفاء روح المرح
في العمل

المحتويـــات

مقدمة



هل يُعد إضفاء جو من المرح على العمل جمعًا بين متناقضَين أم أنه أحدث اتجاه في إدارة الأعمال؟

إننا نؤمن بأن إضفاء روح المرح على العمل يُعد أهم سمة تتصف بها المؤسسات الناجحة ذات الكفاءة العالية؛ فنحن ندرك وجود ارتباط وثيق بين إضفاء روح المرح على العمل وزيادة إبداع الموظفين وإنتاجهم وارتفاع معنوياتهم ورضائهم وتمسكهم بالاستمرار في العمل، بالإضافة إلى تحسين خدمة العملاء بصورة فعالة وغيرها من العوامل العديدة الأخرى التي يتوقف عليها نجاح العمل.

وفي محاولة منا لتوضيح وإبراز هذا الارتباط، قررنا إجراء استقصاء دولي لجمع نماذج واقعية عما يقوم به رجال الأعمال لإضفاء روح المرح على العمل، وقد كانت النتائج مبهرة. فقد تلقينا ردود أفعال من أفراد من مستويات وظيفية مختلفة ممن يعملون في شركات مختلفة الأحجام والنشاطات الاقتصادية، وقد أظهرت النتائج أن العديد من الشركات الناجحة قد جعلت

المرح جزءًا لا يتجزأ من ثقافة العمل. فقد أصبح المرح إحدى استراتيجيات المؤسسات التي تستخدمها كأحد الأسلحة الاستراتيجية الفعَّالة لتحقيق نتائج مبهرة في مجالات عملها المختلفة؛ بدءًا بالدورات التدريبية ومرورًا بالاجتماعات وحتى الاستعانة بخبرات جديدة لتطوير ورفع مستوى الأداء.

وقد كتب المستشار الساخر والكاتب صاحب أفضل المبيعات "ميتكاف" في مجلة HR Focus الصادرة في فبراير عام ١٩٩٣ قائلاً: "يُعد المرح أحد العناصر الحيوية والأساسية في حياة الإنسان، ولكننا غالبًا لا نعيره حقه من الاهتمام ونهمله. فقد نشأنا على أن الضحك والمرح واللعب تصرفات طفولية غير مسئولة، وأيضًا غير مناسبة لأماكن العمل. ولكن لا شيء أبعد من هذا عن الصواب؛ حيث يتمثل أحد مؤشرات بداية معظم الأمراض النفسية في أن يفقد الإنسان شعوره بالسعادة لكونه ما زال حيًا".

إن المرح والفكاهة يساعدان الأفراد على اجتياز الأزمات والتغيرات؛ فهما يعملان على التخفيف من حدة التوتر، كما أنهما يزيدان من قدرة الموظفين على تحمُّل ضغط العمل، وكذلك قدرتهم على التصرف بطريقة مرنة ومبدعة ومتجددة تحت وطأة الضغوط. كما أنهما من السمات الرئيسية لثقافة العمل القوية والمرنة.

وتتميز المؤسسات التي قامت بإضفاء روح المرح على العمل بانخفاض معدلات تغيب موظفيها وارتفاع نسبة الرضا الوظيفي الذي يصاحبه زيادة الإنتاجية، وكذلك انخفاض فترات التوقف عن العمل. وقد ورد في مجلة HR Focus الصادرة في فبراير عام ١٩٩٣ أنه:

- ▼ بعد مضي تسعة شهور على انعقاد ورشة عمل بقيادة "ميتكاف" بشركة Digital Equipment بمدينة كولورادو سبرينجز، قام عشرون من صغار المدراء بزيادة إنتاجهم بنسبة ١٥٪، وكذلك خفض أيام تغيُّبهم لأسباب مرضية إلى النصف.
- ▼ وقد سجل الموظفون الذين شاهدوا أفلامًا تدريبية مرحة وحضروا ورش عمل ترفيهية بشركة Colorado Health Sciences Center بمدينة دنفر انخفاضًا في فترات التوقف عن العمل بنسبة ٢٥٪ وزيادة في الرضا الوظيفي بنسبة ٦٠٪.

ينتشر المرح وما ينتجه من طاقة داخل الإنسان كانتشار العدوى. ولهذا، تُعد النماذج العديدة التي توضح كيف يقوم الأفراد والشركات بإضفاء روح المرح على أماكن العمل من أكثر ما يثير الاهتمام في العديد من مئات الاستبيانات التي أُجْرِيت.

ويحتوي هذا الكتاب على مجموعة من هذه النماذج المرحة والملهمة.

كيف يمكنك الاستفادة من هذا الكتاب؟

يحتوي هذا الكتاب على ٣٠١ طريقة لإضفاء المرح على العمل يمكن أن يستفيد منها كل من خاض الحياة العملية؛ بدايةً من الموظفين إلى المدراء ومن العمال المؤقتين إلى المدراء التنفيذيين. وقد تم إعداد هذا الكتاب بحيث تستطيع أن تجد فيه مجموعة من الأفكار القيِّمة لتطبقها في الحال بمجرد أن تفتح إحدى صفحاته.

وينقسم هذا الكتاب إلى ثمانية فصول؛ حتى تستطيع أن تجد الأفكار المرحة التي تلائم ظروف عملك الخاصة أو احتياجاتك بسهولة. وفي نهاية كل فصل من الفصول السبعة الأولى، ستجد حالة معينة مدروسة بالتفصيل تُلخص ما يدور حوله الفصل، يتم عرضها تحت عنوان "مثال يُحتذى به في نشر المرح". وهذه الفصول تتناول بعض المبادئ والأفكار التي تتعلق بـ:

بيئة العمل فلابد أن تبتسم وأنت في بيئة العمل.

التواصل يجب أن تكون مرحًا أثناء تواصلك مع الآخرين.

التدريب تعلَّم أساسيات المرح في التعامل في العمل.

الاجتماعات استمتع بعملك واغبط نفسك عليه.

التقدير قم بإضفاء المرح على كلمات التقدير.

بناء الفريق ابتكر وسائل جديدة للمرح.

التصرفات بادر من حين لآخر بتصرفات مرحة بسيطة.

طرق مختلفة للمرح يتناول اثنتي عشرة طريقة للحصول على المرح.

انظر إلى الصور المرحة خلال الكتاب والتي تشير إلى:



حقائق مرحة



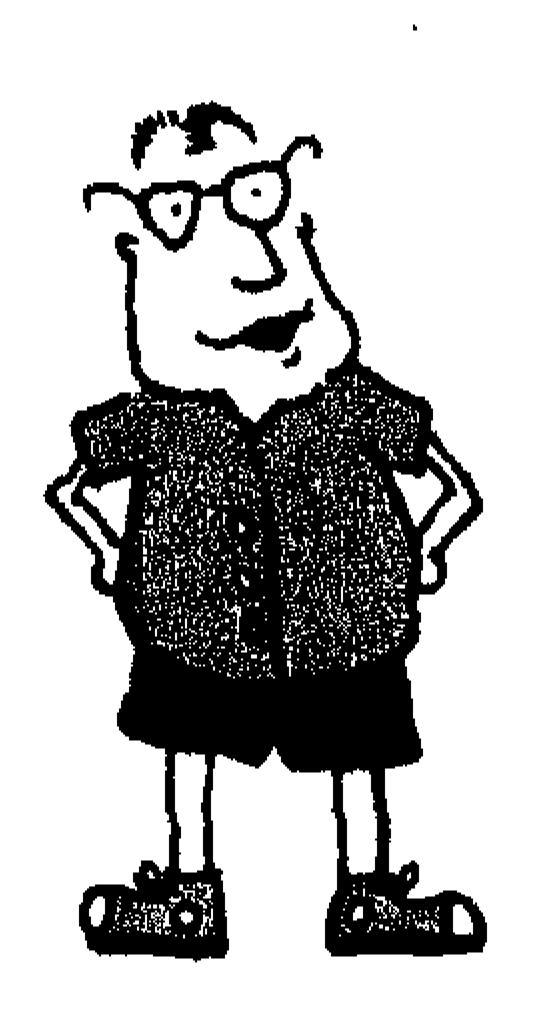
موارد مرحة



أقوال مرحة



وهناك أيضا صورة مرحة تجسيدية لكل من "ديف" و"ليزلي"، والتي تشير إلى لسان الراوي الذي يقوم بسرد النماذج.



وفي نهاية الكتاب، توجد اثنتا عشرة طريقة قمنا بابتكارها لإضفاء روح المرح، وهي طُرق نقترح أن تقوم أنت وزملاؤك في العمل بتطبيق كلٍ منها لمدة شهر بحيث تكتمل بانتهاء العام.





ابتسم وأنت في بيئة العمل

الفصل الأول

ابتسم وأنت في بيئة العمل

لا تعد عبارة "مقر العمل الممتع" جمعًا بين متناقضَين أو أمرًا مستحيلاً؛ فباستطاعة أي شخص أن يهيِّئ بيئة عمل تغلب عليها روح المرح. فكلٌّ من البيانات الخاصة بكمية الإنتاج ومدى جودته تؤكد أن بيئة العمل المَرِحة يمكن أن تُحدِث تأثيرًا إيجابيًا على الإنتاجية والجودة وخدمة العملاء وكذلك الرضا الوظيفي بين الموظفين، ولكن هذا الأمر مازال قرارًا في يد كل فرد منا اتخاذه.

ولإضفاء جو من المرح على العمل ودفع بيئة العمل للأفضل، عليك أن تُقدِّر المرح وتُؤمن بأهميته.

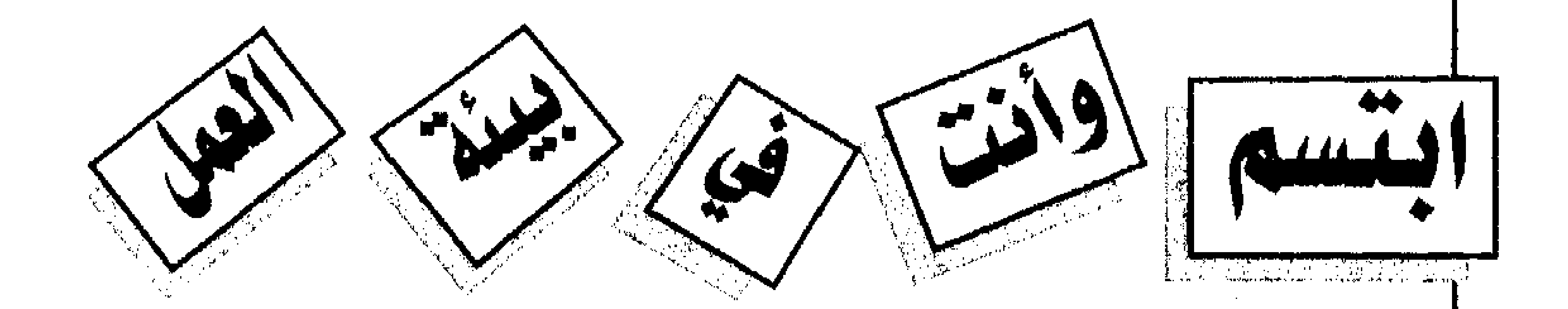
وإذا أردت أن تترسخ سياسة المرح في ثقافة شركتك، فعليك أن تبدأ بنفسك عن طريق القيام بالتالي:

- ▼ ابذل جهدًا ملحوظًا لإضفاء المرح على جو العمل.
- ▼ نَظّم أنشطة ترفيهية.
- ▼ تحلَ بالتلقائية في ردود أفعالك في المواقف المرحة.
- ▼ اجعل المرح طابعًا لبيئة عملك.

تتألف بيئة العمل الخاصة بالمؤسسة من جانبين: الأمور المادية والأمور المعنوية. فبيئة العمل تتكون من مبنى شركتك بالإضافة إلى الطابع السائد على العمل أو الروح السائدة بين موظفيها. وقد يبدو من الصعب أن تتحكم في الروح التي تسود بيئة العمل، ولكنها شيء مهم وله تأثير ملحوظ على عملك.

إن بيئة العمل التي يشيع فيها المرح يكون لدى موظفيها طاقة إيجابية وتقدير رفيع للذات، كما تغلب عليها روح الفريق، وفيها يشعر الأشخاص بالنشاط والحياة ويرغبون في تقديم أفضل ما لديهم لتنفيذ المهام المنوطة بهم. فالمرح يساهم في توفير بيئة تعزز ما نسميه بـ"احتياجات الأفراد"، الأمر الذي لا يُقدَّر بثمن. وجدير بالذكر أنه يمكن تدريب الأفراد على القيام بأي شيء بشرط أن يكون لديهم دافع لذلك، والمرح كفيل بأن يوفر هذا الدافع. فإذا كان طابع المرح يغلب على العمل، فسوف يتم تحقيق نجاحات مبهرة.

ولدعم محاولاتك في إضفاء جو من السعادة والمرح على العمل والاستعانة بقوة عاملة مفعمة بالحيوية، سنزوِّدك بنماذج وحقائق وأفكار تُحفِّز لديك حِس المرح والدعابة لإضفاء روح البهجة على جو العمل في شركتك.



سل نفسك هذا السؤال يوميًا: "هل لا أزال أشعر بالمرح حتى الآن؟"

▼ ▼ ▼

يمكن للطقس أن يؤثر إما بالسلب أو بالإيجاب على الحالة النفسية وبالتالي على أدائك في العمل. فأنا - على سبيل المثال - أُفضِّل السماء الصافية والشمس الساطعة، وأكون في أسعد أوقاتي وأكثر قدرة على الإنتاج خلال أيام الصيف الطويلة، حين تشرق الشمس باكرًا وتظل ساطعة حتى وقت متأخر. ولكن مؤخرًا وأثناء فترة تغيُّر الفصول، شهدت المدينة التي أقطن بها أسبوعًا تلبدت السماء فيه بالغيوم وأيامًا ممطرة؛ مما أدى إلى انخفاض معنوياتي. وفي أحد أيام ذلك الأسبوع، قررت ألا أدع الطقس يؤثر على حالتي النفسية؛ فأخذت في الغناء، وأسمعت كل مَن بالمكتب كلمات أغنية تدور حول سطوع الشمس وشروقها.



عندئذٍ، شعرت بتحسُّن شديد، وانفجر الزملاء في الضحك؛ مما شجعني على استكمال غناء المقطوعة كاملة في طرقات المبنى الموجود به المكتب.

واستمريت في الغناء حتى أمام رجال الأمن وموظف العلاقات العامة والاستقبال. ثم توجهت إلى مكتبي خلال هتافات قوية وضحك من الزملاء الذين اتبعوني حتى مكتبي. ومن ثَمَّ؛ فإن هناك ما يمكن قوله أو فعله لإضفاء المرح على العمل.



▼ ▼ ▼

تقوم شركة California بتوفير بيئة عمل صحية ومرحة للعاملين فيها، وذلك عن طريق توزيع تقويمات لأيام السنة على كل فرد، تحتوي صفحاتها اليومية على نصائح في موضوعات مختلفة. وتتنوع الموضوعات المنشورة في التقويم ما بين حظك اليوم وألغاز ومجموعة من الرسوم الكرتونية الشهيرة ونصائح للعناية بالحدائق. ونظرًا لاحتواء كل تقويم على موضوعات مختلفة عن الأخرى، يزداد فضول الموظفين لمعرفة الموضوعات التي يتناولها تقويم كل واحد منهم. وقد بدأ الموظفون يأخذون أوقات راحة في أثناء اليوم ليقوموا بحل الألغاز الموجودة في تقويم شخص آخر.

هناك العديد من الطرق التي تعمل على توفير بيئة عمل تتسم بالمرح والمرونة، منها تقليل عدد ساعات العمل الأسبوعي خلال الفترات التي تتصف بالركود على مدار السنة. وقد قامت إحدى الشركات في سان فرانسيسكو بتقليل مدة العمل بها خلال فصل الصيف بالتوقف عن العمل من الساعة الواحدة بعد الظهر خلال أيام الجمعة المتخللة الفترة ما بين يوم الذكرى (الموافق آخر يوم اثنين من شهر مايو والذي تحتفل فيه الولايات المتحدة الأمريكية بذكرى الجنود الذين سقطوا صرعى في الحروب التي خاضتها الدولة) ويوم عيد العمال (الموافق أول يوم اثنين من شهر سبتمبر). لذا، استطاع الموظفون استثمار فترة ما بعد الظهر في الذهاب إلى السينما، أو الاستجمام أثناء إجازاتهم الأسبوعية.

▼ ▼ ▼



"كم يعتبر المخ عضوًا رائعًا؛ فهو يبدأ العمل منذ اللحظة التي تستيقظ فيها في الصباح ولا يتوقف حتى تصل إلى المكتب."

روبرت فروست

▼ ▼ ▼

ابحث عن طريقة رمزية تُعبِّر بها عن مرحك. وفي هذا الصدد، قامت "ترورباي بروكمان"، التي تعمل في مجال التأمين، هي وفريقها باستخدام دمية

مصنوعة من المطاط الناعم على شكل غوريلا تُدعى "جوردي" لنشر المرح بين العاملين. وكان الموظفون يرون تلك الدمية في أماكن غير متوقعة، خاصةً حين يمرون بيوم عصيب؛ مما كان يتسبب في إشاعة المرح بينهم.

وفي إحدى السفريات الطارئة إلى مقر الشركة الرئيسي، عثرت "تروباي" في أحد جيوب معطفها الواقي من المطر على الدمية "جوردي". ومن ثَمَّ؛ تسببت هذه الدمية في رسم الابتسامة على وجه "تروباي"، وذكَّرتها أثناء سفرها بمساندة أعضاء فريق العمل الذين يحملون تجاهها كمًا هائلاً من المشاعر الطيبة.

وحين انتقلت "تروباي" إلى مكتب آخر، ظلت تنهل من إخلاص زملاء العمل السابقين ووفائهم؛ حيث استمروا في إرسال بطاقات تهنئة محملة بأرق الأمنيات لها في المناسبات. كما أنها كانت تتذكرهم كلما نظرت إلى الدمية "جوردي".

▼ ▼ ▼

إن أخذ الأمور على محمل كبير من الجدية قد يكون قاتلاً ومضرًا ويأتي بنتائج عكسية. فقد أدرك "توم زيسكا" أن الشركة التي يعمل فيها والتي

تتخصص في مجال الفن المعماري قد أصبح يغلب عليها الجدية والضغط الشديدان؛ الأمر الذي قد يقضي على روح الإبداع والابتكار في العمل. أخذ "توم" في البحث عن وسيلة تسمح للعاملين بالتنفيس عن إحباطهم بطُرق صحية ومضحكة في الوقت ذاته. فعمد "توم" إلى مفاجأة زملائه في العمل بإحضار ببغاءين صغيرين يحملان اسمَي مهندسَين معماريين مشهورين، ألا وهما "لو كوربوزير" و"فرانك لويد ريت". يقول "توم" عن هذين الببغاءين: "لقد نجح كلامهما اليومي ووجودهما في تحقيق الهدف المرجو منهما، ألا وهو إشاعة جو المرح في العمل، وأعطينا لهما حرية الحركة في المكتب. وحتى الآن، لم يشكُ أحدٌ من وجودهما. وحين تصعب المهمات المطلوبة منا، نبادر بسؤالهما عما كانا سيفعلانه إذا مرا بالموقف نفسه. ومن المدهش أنه غالبًا ما تكون لديهما إجابات جيدة".

▼ ▼ ▼

استثمر كل فرصة لتحصل على المرح. تقوم العديد من المنظمات غير الربحية باستخدام سياسة جمع التبرعات المعروفة باسم "السجن والكفالة"؛ حيث يتم إرسال بعض موظفيها كمندوبين عنها بالتبرعات إلى "السجن"

لساعات قليلة. وخلال تلك المهمة، يجمع هؤلاء الموظفون تبرعات من أصدقائهم وزملائهم في العمل للتبرع بها للسجناء. وفي إحدى المنظمات الأهلية غير الربحية، انتهز "جيري كامنسكي" الفرصة ليمزح مع رؤسائه، وذلك بإبقائهم في أداء هذه المهمة في السجن فترة ما بعد الظهيرة.

إن هذه الفكرة لم تساعد فقط في إضفاء روح المرح على مقر العمل، ولكنها أيضًا عادت بالأموال التي يتم إنفاقها على أغراض اجتماعية مهمة.

▼ ▼ ▼



وقد أظهر أحد الاستبيانات التي تم إجراؤها على عمداء كليات إدارة الأعمال والتجارة والمديرين التنفيذيين في هذا المجال أن المرح يلعب دورًا فعّالاً في إدارة أي عمل ناجح.

▼ ▼ ▼

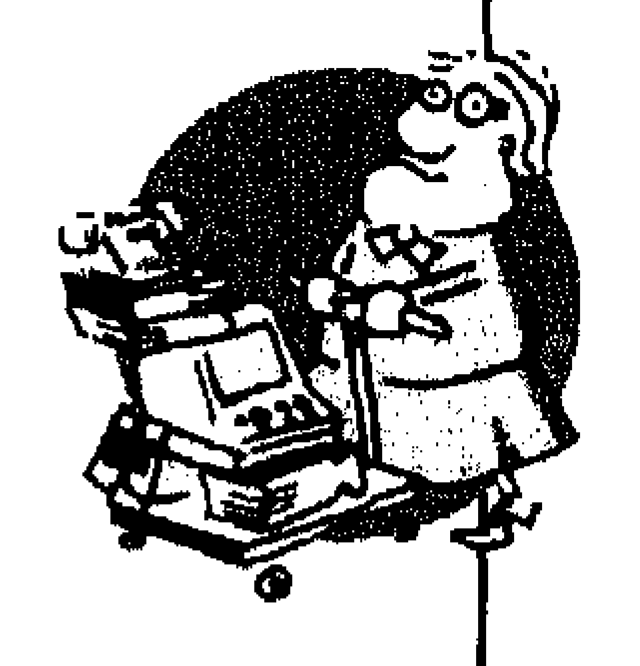
إن المرح يتحقق عن طريق الاستعداد للخروج عن السلوكيات والأنماط التقليدية بكل الطرق الممكنة. إنه ناتج عن القدرة على القيام بأمر غير متوقَّع والرغبة في الخروج عن المألوف؛ سواء عن طريق الغناء

بصوت مرتفع أو تقليد أصوات مضحكة تبعث على المرح أو لعب البولنج في طرقات العمل بكرات الشاطئ والصناديق الفارغة. خلاصة القول، حين تلوح لك الفرصة، اغتنمها لتقضي على التوتر وتخلق جوًا من الرضا والحرية والثقة.

▼ ▼ ▼

اكتب قائمة بأسماء الأشخاص والأشياء التي تجلب لك السعادة والرضا والسرور والمرح، واسترجع تلك الأسماء حين تشعر بالملل والضيق أو حين تحتاج فقط إلى الراحة. ومن الجيد أن تتبادل تلك القائمة مع الآخرين.

▼ ▼ ▼

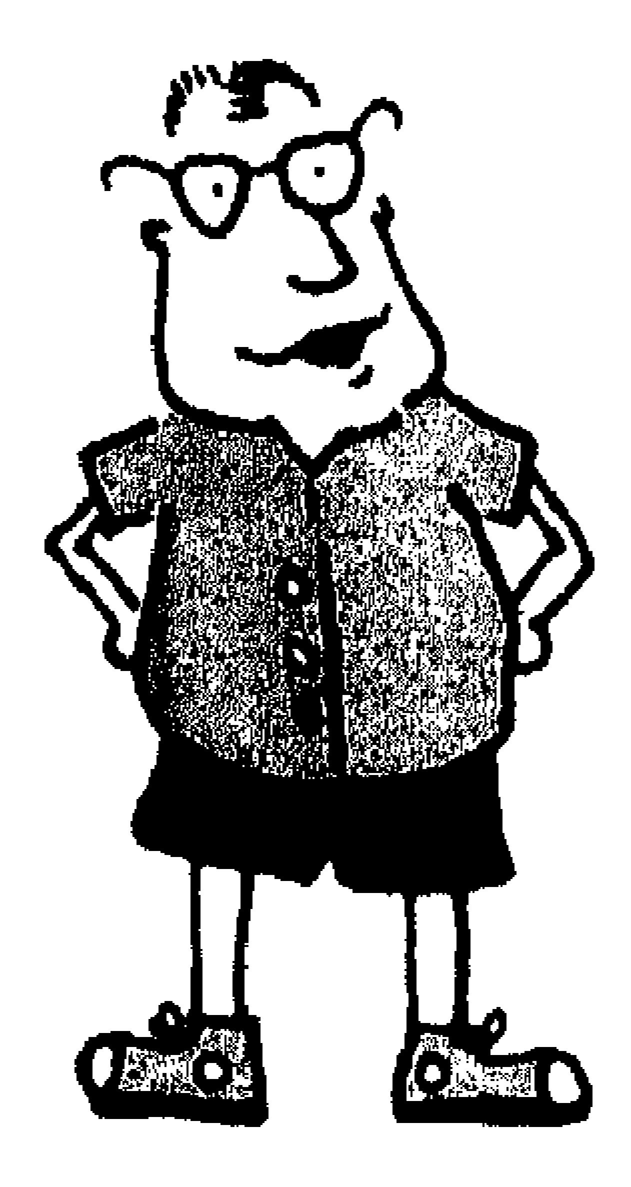


تقوم العديد من المكاتب بإضفاء لمسات مبهجة على أجوائها عن طريق تعليق كرات مطاطية (ممتلئة من الداخل بالبلازما اللينة ويتشعب منها العديد من الشعيرات المطاطية) وكرات اليويو التي يكون من الممتع اللعب بها وقذفها في أنحاء المكان. وتُعد كرات السلة المطاطية أكثر من رائعة عند تعليقها خلف باب المكتب دون خدشه.

▼ ▼ ▼



حين ينغمس مكتبنا – مثله في ذلك مثل العديد من المكاتب الأخرى – في الأمور الروتينية، فإننا نكسر الرتابة عن طريق الاستماع إلى الموسيقى. وغالبًا ما تقوم إذاعة الراديو المحلية بإذاعة أغاني لفِرق الروك



أو لمغنيين قدامى ممن قدموا أعمالاً نادرة ولكنها مشهورة لمدة ساعة أو طوال فترة الظهيرة. وحين تُذاع أغنية جديدة، يسعى كل فرد في المكتب جاهدًا لكي يكون أول من يتعرف على مغنيها. وهكذا تمضي فترة الظهيرة في الحديث عن هذا الأمر الذي يُعتبر مجالاً للترفيه.

▼ ▼ ▼

قد يكون المزاح بطرق ووسائل العمل وسيلةً لا يمكن نسيانها لإضفاء جوٍ من المرح على المكتب، وهذا ما حدث في إحدى شركات الطباعة في أمريكا وفقًا لما جاء في مجلة Association Management الصادرة في أكتوبر ١٩٩٣.

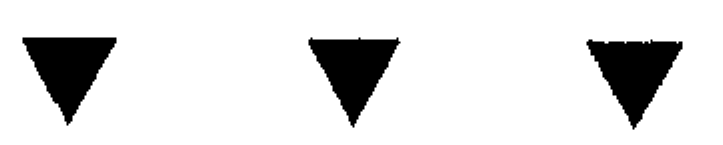
ففي الثامن من يوليه، قام مدير المؤسسة بنشر تنبيه روتيني جاء فيه: "إن الفني الذي ركَّب خطوط التليفون في المؤسسة سيقوم بعملية تنظيف لهذه الخطوط عن طريق ضخ الهواء المضغوط فيها. وللتخلص من الغبار

والأتربة التي قد تعلق بسماعات التليفونات، يتعيَّن على العـاملين وضـع أجهزة تليفوناتهم في أكياس بلاستيك أو الحصول على حقائب خاصة من قسم الإنتاج لوضعها فيها، على أن يتم ذلك قبل مغـادرتهم العمـل يـوم الجمعة الموافق العاشر من يوليه". وقد تقدَّم أكثـر مـن نـصف العـاملين للحصول على تلك الحقائب الخاصة؛ مما دفع مدير المؤسسة إلى الحـصول على حقائب بلاستيكية شفافة بغرض توزيعها على المـوظفين. ولم تتـذكر إحدى الموظفات الحصول على تلك الحقيبة الخاصة؛ مما جعلها تعاني مـن القلق طوال إجازة نهاية الأسبوع، لدرجة أنها حاولت الوصول إلى مدير المؤسسة في منزله، ثم كانت المفاجأة؛ حيث وضعت اللجنة المسئولة عـن هذا الأمر أجزاء من الأسلاك الكهربائية داخل الحقيبة الخاصـة بتليفـون كل فرد. وبمجرد عودة الموظفين إلى العمل، فهمـوا الرسـالة: لقـد كـان الأمر كله دعابة!

▼ ▼ ▼

قد ذكر "بـولي لابـر" في مجلـة Industry Week في العـدد الـصـادر في الخامس مـن شـهر فبرايـر عـام ١٩٩٦، أن "هـال روزنبلـوث" – المـدير التنفيـذي لـشركة Rosenbluth International – قـد صرَّح قـائلاً: "إن الطريق الوحيد الذي يمكننا من خلاله الوفاء باحتياجات عالم الإدارة دائم التغيُّر هو توفير بيئة عمل تغلب عليها التلقائية". ويستخدم "هال" طريقة

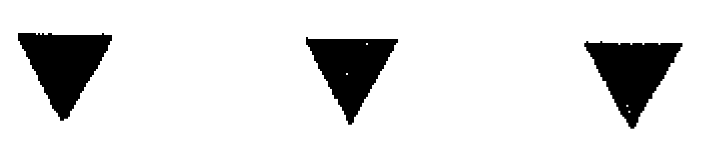
واحدة لمعرفة درجة سعادة موظفيه، ألا وهي إعطاء أقـلام ملونـة وأوراق فارغة لموظفي الشركة ليقوموا برسم رؤيتهم الحالية للشركة، ثم يقوم بعقد مقارنة بين هذه الرسوم كل ستة أشهر؛ لمعرفة ما إذا كان قد طرأ تغـيُّر عـلى شعور الموظفين نحو الشركة أم لا.



"إن بيئة العمل التي تغلب عليها روح المرح تـسمح لـك بـالتعبير عن نفسك بحرية وبطريقـة ملائمـة عـلى نحـو يعطيـك إحـساسًا بالراحة ويربط بين الموظفين."

فابيان دي روزاريو

مركز دوناجي التعليمي، جامعة أركنساس بمدينة ليتل روك



كتب "تيموثي شريلهاردت" في جريـدة Wall Street الصـادرة فـي الثاني من شهر أكتوبر لعام ١٩٩٦ أن العديد من الشركات تقوم بتطبيـق برامج معينة في محاولة منهـا لتقليـل ضـغط العمـل؛ مثـل شركـة S. C. Johnson & Son بمدينة راسين بولاية ويسكونسن. فهي تتيح لموظفيها جلسات مدعمة لتدليك الظهر والأكتاف؛ لتقليل الـضغط الواقـع عـلى موظفي قسم خدمة العملاء الذين يبلـغ عـددهم ثلاثـة وأربعـين. وقـد لاقـت خـدمات التـدليك التـي تُقـدِّمها الـشركة استحـسانًا كبـيرًا بـين

الشركات الأخرى. فعلى سبيل المثال، بدأت "باربرا نيمز" بمدنية مانشستر في ولاية كونيتيكت منذ ست سنواتٍ مضت في تقديم خدمة التدليك لموظفيها. ومنذ ذلك الحين، قامت بتوفير ستة إخصائيين إضافيين للتدليك لخدمة موظفيها المتزايدين.

▼ ▼ ▼

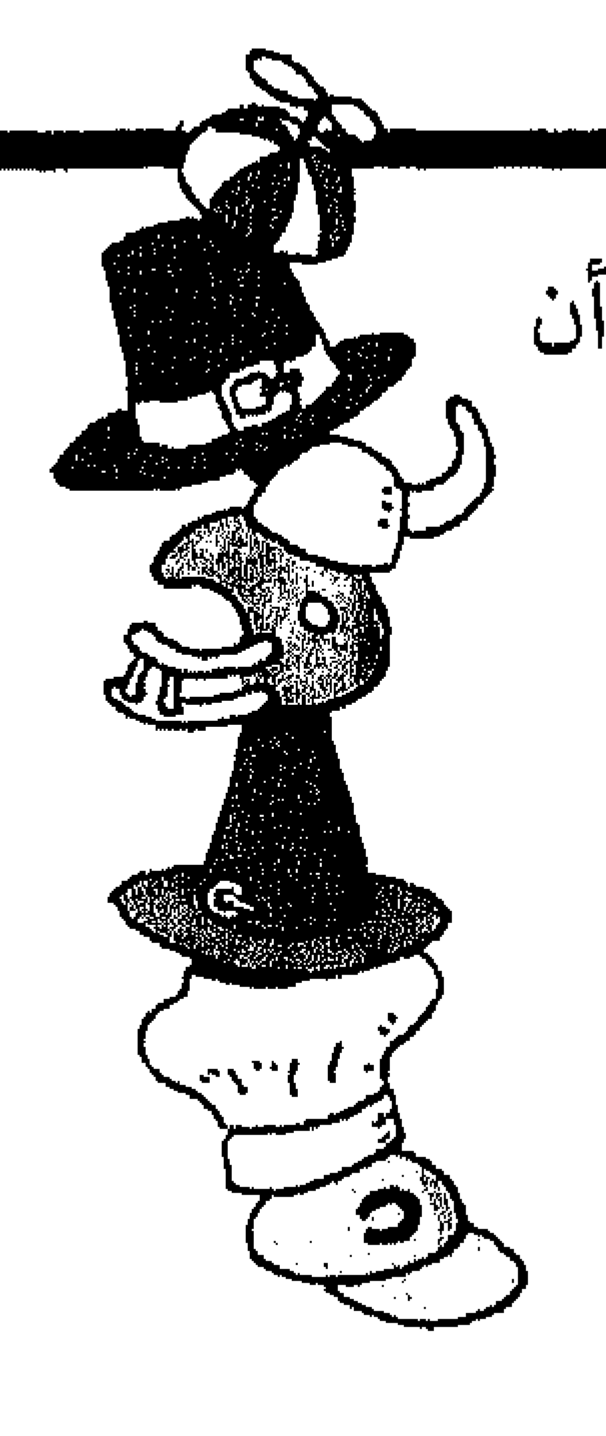
يرى "جيه. ديفيد لويس" - صاحب إحدى الشركات في سان فرانسيسكو - أن إنفاق قليل من المال لإضفاء روح المرح على الشركة سيعود بالنفع عليها، وقد جاء بالأفكار الآتية:

- وضع بعض الرسوم المضحكة في المكتب وتغييرها بأخرى حين تفقد روحها الفكاهية
- اصطحاب كل شخص مرة شهريًا لتناول الغداء
- تقديم الحلوى أثناء الاجتماعات
- التأكد من توفير إضاءة كافية للغُرف (فالغُرف المظلمة تشبه السجون؛ مما يعوق توفير بيئة عمل منتجة.)
- ارتداء ملابس غير رسمية يوم الجمعة
- زيادة ساعات العمل على مدار الأسبوع؛ مما يتيح الفرصة لتنظيم الحفلات يوم الجمعة في فترة ما بعد الظهيرة

- تقديم شهادات رمزية كجوائز على القيام بتصرفات مرحة؛ مثل "أفضل قَصة شعر اليوم"
- توفير المصاريف المادية الخاصة بحضور كل موظف لأحد المؤتمرات التي تعقد مرة سنويًا

وقد كتب "ديفيد": "يُعتبر التنظيم أحد أهم العوامل التي توفر بيئة عمل يغلب عليها المرح. فإذا شعر كل فرد بالإجهاد في العمل، سوف يقع تحت وطأة الضغط. وإنني أعتقد أنه ينبغي على الإدارة وضع أهداف إنتاجية واقعية وتهيئة إشراف جيد وتوفير الموارد التي تساعد في تحقيق هذه الأهداف. فبهذه الطريقة وتوفير هذه العوامل، يمكن لأي عمل، مهما بلغ من الصعوبة، أن يكون ممتعًا وليس مرهقًا".

أخبرنا "جوزي كارمر" - من قسم تعليم الكبار بمدرسة "كليفلاند" العامة - عن صديقته التي تهوى جمع كل أنواع القبعات؛ سواء قبعات كرة البيسبول أو الصيد أو الشاطئ. وفي أحد الأيام، أحضرت صديقته تلك هذه القبعات إلى مقر العمل وعلقتها على الحائط بجانب الكافيتريا،



ثم علّقت لافتة تقول فيها: "احصل على واحدة بشرط أن ترتديها لمدة يوم". وقد تسبب ذلك في إشاعة جوٍ من السعادة في ذلك اليوم، وفتح الباب لتدور محادثات شيّقة فيما بين الموظفين.

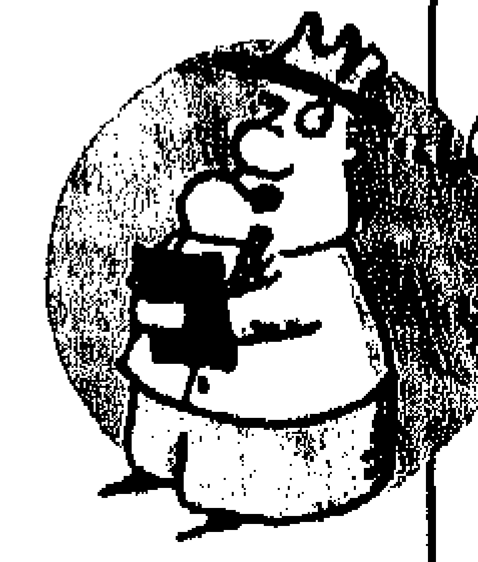
▼ ▼ ▼

تؤمن "جوان ديكسون" - من معهد المرأة لتنمية القيادة - بأهمية أخذ الأمور برفق وهدوء وعدم التحلي بالجدية دائمًا. وقد قامت بنشر مبدأها داخل المعهد داعيةً أيضًا إلى تبني مبدأ "حياة دون خوف". وتقوم بدعم ذلك المبدأ عن طريق عقد ورشة عمل لمدة يوم كامل للتدريب على كيفية مواجهة الصعاب والتعامل معها بسلاسة وهدوء ودون عصبية أو ضغط. ومن المبادئ التي تنشرها أيضًا أنه "طالما لن تتسبب المشكلة في إلحاق أضرار جسيمة بأي فرد، فإنها ليست بالمشكلة الكبيرة"؛ إيمانًا منها بأنها بذلك تقضي على أي عصبية أو توتر قد يحتويه الموقف مما يترك المساحة للأفراد لكي يفكروا بحرية من أجل إيجاد حلول إيجابية.

▼ ▼ ▼

وقد كتبت "تنيا لاسلو" – موظفة في شركة Avery Dennison بمدينة هاملتون بولاية أوهايو – أن الشركة قامت بتجهيز أماكن انتظار السيارات الخاصة بها للعب كرة السلة فيها، وبدأت في تنظيم مباريات بين الموظفين خلال فترات الغداء. وبتكلفة أقل من مائة دولار، استطاعت الشركة إيجاد وسيلة فعَّالة للتفاعل بين الموظفين والتنفيس عن غضبهم.





"يُعد حِس الفكاهة تصرفًا تلقائيًا رائعًا غير مخطط له ولا يمكن التحكم فيه ومليء بالمفاجآت".

إيرما بومبك

▼ ▼ ▼

يؤمن "جيمس ماثيرز" – نائب المدير التنفيذي لشركة Philip Day Maddock – بأنه على الرغم من أن الدخل يُعد القوة المحركة في العديد من المؤسسات الناجحة، فإن السعادة تُعتبر أيضًا عاملاً مؤثرًا. ويقول: "إنه من الممكن غرس الحيوية والمرح في الموظفين دون الإخلال بميزانية الشركة. فالأفراد الذين يدركون أن هناك في الشركة إمكانية الضحك والابتسام أو إلقاء النكات والدعابة أثناء ساعات العمل أو يشعرون بالمتعة أثناء مزاولتهم عملهم اليومي لا ينتظرون دائمًا مقابلاً ماديًا على أي إنجاز يحققونه".

▼ ▼ ▼

اجعل المرح من القيم التي تتبناها شركتك.

ترى شركة Cohen and Company - المتخصصة في إجراء محاسبات مالية للمؤسسات التجارية الصغيرة والمشروعات النامية - أن نجاحها ينبع من مبادئها الأساسية؛ فهي تؤمن أن السر وراء نجاحها وازدهارها يكمن في التزامها بِقيمها الأساسية المتمثلة في تقديم الخدمة المطلوبة ورفع شعار الجودة والابتكار والتجديد والمرح. فهي تحرص على تدريب كل موظف على الالتزام بهذه القيم وتعليق شارة بها كشعار للشركة. ومن ثَمَّ؛ فقد تمكنت تلك الشركة من تحقيق التميز في واحدة من أكثر الصناعات صعوبة.

▼ ▼ ▼



أظهر الاستبيان الذي أجرته Accountemps أن ٩٦٪ من المديرين التنفيذيين يؤمنون بأن الأشخاص الذين يتمتعون بحِس فكاهي يؤدون عملهم بصورةٍ أفضل من الأشخاص الذين يلتزمون الجدية في كل شيء بشكل مبالغ فيه. وقد أثبتت الدراسات أن الأشخاص الذين يستمتعون بعملهم يكونون أكثر إبداعًا وإنتاجًا من غيرهم، بالإضافة إلى شعورهم برضا أكبر عن العمل.

مجلة HR Focus، فبراير ١٩٩٣

▼ ▼ ▼

ذكرت "أنجيلا وايلي" من شركة Blonder أن قسم الطلبيات بالشركة يلعب "البينجو" على الأقل مرة أسبوعيًا. ولكنه ليس البينجو المعتاد، وإنما هي بشكل خاص بشركة Blonder؛ حيث تحتوى أوراقه على تسلسل أرقام حسابات العملاء ووسائل الشحن وأسماء العملاء ومصطلحات أخرى خاصة بالعمل.

وكما هو معتاد في لعبة البينجو، فإن الهدف من اللعبة حذف الخانات إما عموديًا أو رأسيًا أو قطريًا. وبالمثل، يجب أن يكون هناك أحد المندوبين المسئولين عن الطلبيات موجود بصفة دائمة في القسم لاستقبال مكالمات العملاء؛ للتمكن من اللعب وإحراز الفوز. والشيء المثير في هذه اللعبة أنه يمكن لأكثر من شخص إحراز الفوز. وتكون الجوائز عبارة عن دعوات مجانية لأحد المطاعم المحلية، أو فرصة تناول الغداء أو الإفطار مع المشرف، أو الحصول على بعض منتجات شركة Blonder أو غيرها من الجوائز الترفيهية.

وجدير بالذكر أنه في الأيام التي يتم فيها لعب البينجو على الطريقة الخاصة بشركة Blonder، يقل وقت انتظار العملاء في قسم الطلبيات بنسبة ٢٠٪ وكذلك معدل فقدان العملاء المحتملين بنسبة ٥٠٪.

▼ ▼ ▼

تـرى شركـة CDA - إحـدى شركـات الاسـتـشارات الإداريـة المحدودة - أنه يمكن غرس انطباع إيجابي عند الأطفال تجاه العمل والوالدين العاملين إذا ما كان مقر العمل نفسه يشجع على وجود الأطفال فيه. وشركة CDA هي شركة استشارية متخصصة في رفع مستوى أداء الموظفين في شركات عملائها الذين تتعامل معهم؛ حيث يمثل هؤلاء الموظفون أهم أصول هذه الشركات وأغلاها، وذلك من خلال استراتيجيتين، وهما:

الترحيب بالأطفال الصغار في مكان العمل: إن شركة CDA - مثلها مثل باقي الشركات - لا تعتمد على سياسة استدراج العروض ولكنها تعتمد على البائعين والعملاء، والكل يعلم أن الأطفال دائمًا ما يكونون موضع ترحيب من الشركة. فحين يأتي طفل مع والديه إلى مقر العمل، يتوقف العمل للترحيب بالطفل، ويتم تقديم اللعب له، كما يُسمح للأطفال الأذكياء قليلاً بتصفح الإنترنت. وقد أصبح "بوبي" - ابن نائب رئيس الشركة - من أكثر الأطفال زيارةً للمكان وأكثرهم تمكنًا من استخدام الكمبيوتر وتصفُّح الإنترنت والوصول إلى آخر أخبار قصص Goosebumps لكاتب الأطفال الشهير "آر. إل. ستين".

تخصيص أسبوع لقضاء الوقت مع العائلة: تقرر شركة CDA التوقف عن العمل بها لمدة أسبوع كل صيف؛ لكي يستطيع الموظفون

قضاء الوقت مع ذويهم. وحين يتصل العملاء بالشركة يستمعون إلى رسائل البريد الصوتي المسجلة التي تخبرهم بأن الشركة مغلقة وأنه لا يمكن في الوقت الحالي تحديد مواعيد أو الذهاب للشركة أو عقد دورات تدريبية؛ وذلك لقيام الشركة بتخصيص أسبوع لقضاء الوقت مع العائلة، وبأنه سيتم الرد على هذه الاتصالات لاحقًا. ويذكر "كارولين بيزوتو" - مدير الشركة - أنه من المثير للعجب ترك العملاء رسائل مسجلة على البريد الصوتي للشركة بأنهم يمكنهم الانتظار لحين الرجوع للعمل وبتأييدهم لهذه الاستراتيجية الترفيهية بشدة.

يستخدم "تشك بهرنز" الذي يعمل بشركة Hospice New Life البريد الصوتي في عمل مفاجآت مرحة غير متوقَّعة؛ فهو يستثمر فرص اتصال العملاء لإشاعة البهجة لديهم عن طريق إرسال رسالة مضحكة وفي الوقت ذاته توفر المعلومات المطلوبة للعميل. وهذا الفعل غير المسبوق كفيل بأن يجعل من المكالمة أمرًا لا يُنسى.

▼ ▼ ▼

اسمح للأشخاص بل وشجِّعهم على تهيئة بيئة عمل تتسم بالإيجابية؛ وذلك بتزيين مكاتبهم بالصور والدُّمى واللُّعب. وقد ترسخ في ثقافة العديد من الشركات مؤخرًا أن العمل في إطار يغلب عليه المرح يساعد على الابتكار ويحمي الموظفين من الوقوع في دائرة الرتابة. ومن أشهر الألعاب المرحة: لعبة "الهيلاهوب"، وهي عبارة عن طوق دائري من الخشب أو البلاستيك يُدار حول الجسم بحركات جسدية. ولعبة "الليجو"، وهي عبارة عن بعض المكعبات البلاستيكية التي تُستخدَم في بناء الأشكال المختلفة. ولعبة القرص الطائر. ولعبة "الفوس بول"، وهي تُلعب فوق منضدة خاصة بواسطة لاعبين؛ حيث يتم إحراز الأهداف عن طريق تحريك أشكال اللاعبين الموجودة على جانبي المنضدة بواسطة المقابض المتصلة بها من الجانبين. ولعبة "سيلي باتي".

▼ ▼ ▼



"إننا نقع تحت وطأة ضغطٍ شديدٍ، والألعاب هي وسيلتنا للراحة. ولذلك؛ فنحن في أمس الحاجة إليها".

مارك ليبوفيتش
نقلاً عن "ماري أوين" من شركة Oracle
في جريدة San Jose Mercury News الصادرة بتاريخ ٤ أغسطس عام ١٩٩٦

▼ ▼ ▼

قد يساعد قضاء بعض الوقت في القيام بأمور مسلية على تقليل الضغط الناتج عن الأعمال التي تتطلب بذل مجهود كبير. وإذا ما تم

تنظيم الوقت للقيام بهذه الأمور، فسوف يؤدي ذلك إلى تنمية روح الفريق والتشجيع على الابتكار. وقد يساعد إجراء بعض المسابقات البسيطة - مثل سباق الجري بالمقاعد (ويُفضَّل بالطبع استخدام المقاعد المتحركة) وقذف الكرة لبعضهم البعض واستخدام بنادق الأطفال اللُّعبة - على كسر الروتين اليومي وتجديد نشاط الموظفين لاستئناف عملهم.

▼ ▼ ▼

يتسم العمل في شركة Wall Street بنيويورك بأنه سريع الإيقاع ومرهق. وقد وجد "يال زوفي" من شركة J. P. Morgan أن للمرح القدرة على دعم العمل الجماعي وتحسين الجودة. على سبيل المثال، تُعد لعبة "التخيل" أثناء فترة الغداء وسيلة فعَّالة لإضفاء روح المرح على الموظفين، وهي أيضًا طريقة مبتكرة تساعد على انقضاء اليوم بصورة أسرع؛ فالألعاب تُعد وسيلة فعَّالة للتنفيس عن التوتر.

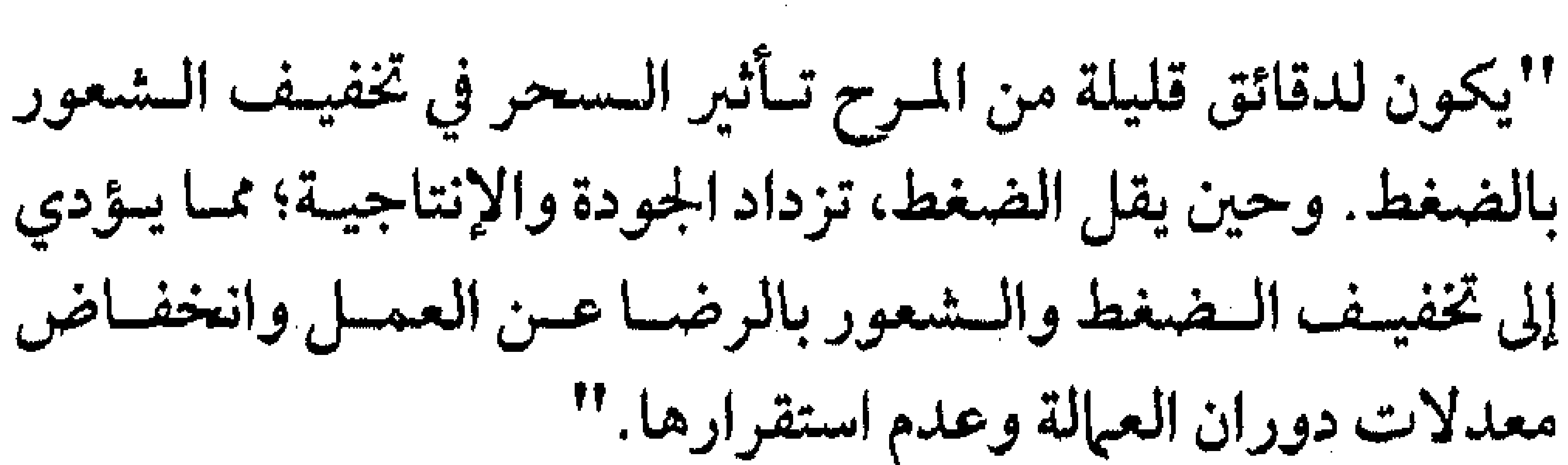
▼ ▼ ▼

لاحظت "إلين دوز" من شركة Human Dynamics انخفاض حماسها وطاقتها هي وباقي الموظفين خلال منتصف النهار في أغلب أيام العمل. وفي محاولةٍ من "إلين" لاستعادة نشاطها، شرعت في ممارسة أحد العادات

المكتبية التي أطلقت عليها "ساعة للمرح". ففي تمام الساعة الثالثة بعد الظهر من كل يوم، تقوم "إلين" وزملاؤها في العمل بالدوران بمقاعدهم لمدة ثلاثين ثانية، وبعد ذلك يعودون لاستكمال ماكانوا يقومون به. وقد وجدوا أن الحصول على فترات راحة حتى وإن قصيرة واستثمارها في القيام بنشاط بدني أو كانت أي نشاط مسلٍ يساعدهم في كسر رتابة فترة منتصف الظهيرة.

▼ ▼ ▼





"يكون لدقائق قليلة من المرح تأثير السحر في تخفيف الشعور بالضغط. وحين يقل الضغط، تزداد الجودة والإنتاجية؛ مما يؤدي إلى تخفيف الضغط والشعور بالرضا عن العمل وانخفاض معدلات دوران العمالة وعدم استقرارها."

فيليس فان

متخصص في الكفاءة المؤسسية، Rockwell-Collins Businesses

▼ ▼ ▼

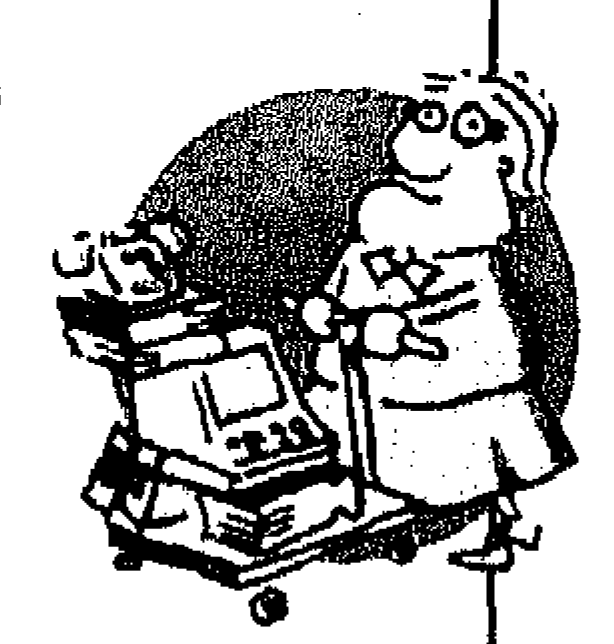
لم تكن "ماتيلدا ريدير" – مديرة التدريب بشركة SABRE Decision Technologies – من ضمن متخذي قرارات العام الجديد، ولكنها شعرت بوجود حاجة ملحة إلى القضاء على بعض العادات الشخصية. قامت

"ماتيلدا" – بمساعدة زملائها في العمل – باستقبال العام الجديد بابتكار صندوق للعقاب عن السب؛ فكل مرة تستخدم فيها "ماتيلدا" ألفاظًا بذيئة تضع في هذا الصندوق خمسة وعشرين قرشًا. وقد اشتهرت هذه الفكرة وانضم إليها آخرون للعقاب عن كل زلة لسان. وسرعان ما قامت باقي الأقسام بإنشاء صندوق للأخطاء؛ حيث يتم جمع غرامات فيه في حالة التغيب عن حضور الاجتماعات وعدم الالتزام بالموعد النهائي... إلخ. ويتم إنفاق هذه الأموال على تمويل الأنشطة الجماعية بين موظفي المكتب، وخاصةً مثل تناول الإفطار معًا.

وصفت "فيث بوب كورن" في أشهر كُتبها الأكثر مبيعًا "The Popcorn Report" و"Clicking" اتجاهًا في المجتمع أطلقت عليه "تسع وتسعين روحًا". وهي تشير إلى المقصود بالتسع وتسعين روحًا "بأننا لا نمتلك الكثير من الوقت للقيام بالمسئوليات العديدة التي تقع على كاهلنا والتي لا يوجد من يقوم بها عنا". وكحل لهذه المعضلة، أطلقت بعض الشركات حملة للوقت الهادئ على مستوى الشركة كلها. وقد ذكرت "بوب كورن " أنه "ما بين الساعة العاشرة والحادية عشرة صباحًا من كل يوم عمل، يتم غلق الهواتف وتُحوّل الرسائل إلى البريد الصوتي، وكذلك يتم وقف أجهزة الفاكس وآلات التصوير عن العمل. وقد أصبح هذا الوقت الهادئ أكثر الأوقات إنتاجًا على مستوى اليوم".

قامت "ريبيكا روجرز" – من University Hospitals بمدينة أوجستا بجورجيا – بتطوير نشاط ترفيهي أطلقت عليه "تعليقات شائعة". ففي محاولة منها للقضاء على الملل خلال الوقت الذي تقضيه بجوار آلة التصوير، أرسلت صورًا من الجرائد والمجلات إلى الموظفين ودعتهم إلى كتابة تعليقات طريفة تحت الصور. وأحيانًا، يتم إرسال ألغاز وألعاب إلى الموظفين لتحدي ذكائهم.

▼ ▼ ▼



لقد ازدهرت العديد من المؤسسات معتمدةً على الرسوم الكرتونية الغربية لشخصية "دلبرت" التي ابتكرها "سكوت آدمز". وبالنسبة لمن لا يعرف "دلبرت"، فإنه يمكنه أن يُلقي نظرةً على القصص الفكاهية الخاصة بهذه الشخصية، فهي كفيلة بمنحك ساعات من الضحك أثناء العمل.

▼ ▼ ▼

تُدير شركة Western Wireless أحد مراكز خدمة العملاء، الذي يعمل على مدار السنة. وقد وجدت أن الموظفين يتولون مسئوليات عمل كثيرة من التي تتطلب التحلي والالتزام باللباقة والإيجابية في التعامل مع العملاء بصفة دائمة. ونظرًا لظروف العمل المجهدة، تشجع الشركة النشاطات التي ترفع من الروح المعنوية لموظفيها وتحسن حالتهم النفسية.

وتشارك "ستيفاني دروبنج" – مديرة التطوير المهني بشركة Western Wireless – في لجنة أنشطة خدمة العملاء المُشَكَّلة مِن قِبل الشركة. ويتمثل دور هذه اللجنة في تنظيم أنشطة ترفيهية متنوعة؛ مثل دوري خدمة العملاء، الذي يضم الرياضات والأحداث التي ترتبط بالعمل. ويتم فيه منح الموظفين ميداليات برونزية وفضية وذهبية تقديرًا لإنجازاتهم. والهدف من هذه اللجنة هو إشعار كل فرد بأنه فائز.

حين سُئلت "دروبنج" عن أهمية قضاء بعض الوقت في الأنشطة الترفيهية، أجابت سريعًا بأن "الهدف هو تقليل ضغط العمل والحفاظ على الحس الإنساني في العمل".

▼ ▼ ▼

تستثمر شركة Eastman Kodak كل يوم كفرصة ممكنة لإشاعة جو من المتعة والمرح. فهي تسعى لإضافة الإثارة إلى أيام العمل عن طريق رعاية أنشطة مختلفة؛ مثل بعض مسابقات الأكل بنهم وحفلات تناول الحلوى يوم الجمعة وتخصيص يوم لارتداء الملابس غير الرسمية في العمل ومسابقات أفضل زِي تنكري.

تعمل شركة Capital One Services – الواقعة بمدينة تامبا بولاية فلوريدا – جاهدة على إيجاد بيئة عمل يغلب عليها المرح. فقد قامت الشركة – وفقًا لـ"أنيتي ديشلر" – بتكوين فِرق بقيادة الموظفين تُسمى "فِرق الصياح"، هدفها الحفاظ على البيئة الإيجابية والمرحة للعمل. وتهتم هذه الفِرق برفع الروح المعنوية لفريق العمل وتعريف الموظفين ببعضهم والاحتفال بأعياد ميلاد العاملين وذكرى التحاقهم بالعمل والإجازات وتنظيم الأنشطة الرياضية والاجتماعية الخيرية والمسابقات. وكذلك، تتولى هذه الفرق مسئولية تنظيم أيام للتأنق وحفلات لتناول طعام من المنزل. بالإضافة إلى ذلك، تقوم على رعاية الأحداث الموسمية؛ مثل النزهات الخلوية التي تقوم بها الشركة أو المباريات الترفيهية المضحكة.

▼ ▼ ▼

غالبًا ما تقوم "أنجيلا جان" – مديرة خدمات التدريب والإدارة بإحدى الشركات الكبرى للعناية بالصحة – بتزيين مكتبها لدرجة تدفع زملاءها في العمل إلى اللجوء إليه كمكان للمرح والتسلية. فعلى سبيل المثال، خلال إحدى مرات تطبيق بعض الترتيبات والتجديدات المرهقة في الشركة، قامت "أنجيلا" بتغطية باب مكتبها بلوح كبير من الورق لكي يستخدمه الموظفون كوسيلة للتنفيس عن إحباطهم بالرسم والخربشة والتعبير عن مشاعرهم. وفي الوقت نفسه، قامت بتغطية جدار

مكتبها كاملاً بالورق لكـي يُعلـق عليـه الموظفـون رسـومهم الكرتونيـة المفضلة.

▼ ▼ ▼



تُعد الموسيقى إحدى وسائل بث النشاط والمرح بين الموظفين. فقد توصل الباحثون بجامعة "إلينوي" إلى أنه باستماع الموظفين إلى موسيقى من اختيارهم، يزداد معدل إنتاجهم؛ سواء أكانوا يقومون بأعمال إدارية أم أعمال تحليلية أكثر تعقيدًا. والأعجب من ذلك أن تقارير الموظفين أشارت إلى أنهم يشعرون بارتياح نفسي وحماسة أكبر.

دراسة أجرتها مجلة **San Francisco Examiner**

▼ ▼ ▼

باستطاعة الشركات إشاعة جو من البهجة على مكان العمل، وذلك بتعيين أشخاص مبدعين ذوي حِس فكاهي. وقد تساعد الثقة والرغبة في تفويض هؤلاء الموظفين ببعض المسئوليات على إيجاد بيئة عمل يغلب عليها المرح، التي تُعين بدورها على زيادة المبيعات وتحسين خدمة العملاء.

وقد ذكر "بوب فيليبكزاك" في مجلة Training في إبريل ١٩٩٥ أن "أيمي ميلر" - المديرة التنفيذية لشركة Amy's Ice cream بمدينة أوسطن بولاية تكساس - لم تكن على دراية بقيام موظفيها بإيجاد حلول

مبتكرة لمواجهة المشكلات الصعبة. فحين أدرك مدراء المخازن وجود احتمالية لتعامل الموظفين بصورةٍ سيئةٍ مع الزبائن الذين يصلون إلى المتجر قبل إغلاقه بدقائق، ابتكروا حلاً غير تقليدي وجديدًا. فبدلاً من أن يصبوا جم غضبهم على هؤلاء الزبائن أو يحدقوا بهم في اشمئزاز حتى موعد انصرافهم، يبدأ الموظفون إغلاق المتجر في ليالي الأربعاء على الزبائن الذين يظلون داخله حتى موعد إغلاقه، على أن يبقوا داخله حتى يتعلموا رقصة "Time Warp" من فيلم The Rocky Horror Picture Show. وقد جاءت النتائج على عكس المتوقَّع؛ فبدلاً من إثارة الرعب في قلوب الزبائن، اندفعوا في ليالي الأربعاء أفواجًا حتى يغتنموا فرصة إغلاق المتجر وهم بداخله ليرقصوا فوق ثلاجات الآيس كريم. (وقد تم ذِكر شركة Amy's Ice Cream في مجلة ".Inc" في نوفمبر عام ١٩٩٦ في مقالة بعنوان "Corporate Culture".)

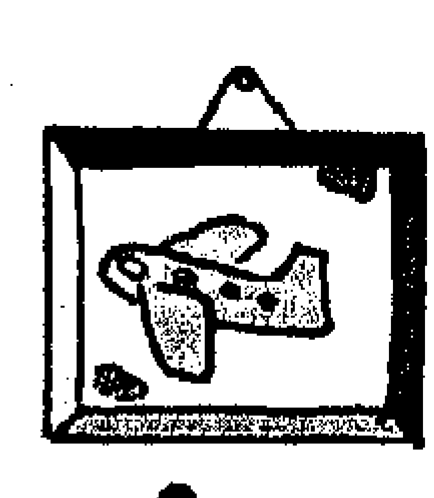
▼ ▼ ▼

إذا كنت تنعم بوجود ممر طويل في مكتبك، فقم بتشكيل مباريات للعب البولينج بعد ظُهر الجمعة. فقد قامت إحدى شركات الخدمات الصحية - التي مقرها مدينة أوكلاند بولاية كاليفورنيا - بشراء أدوات

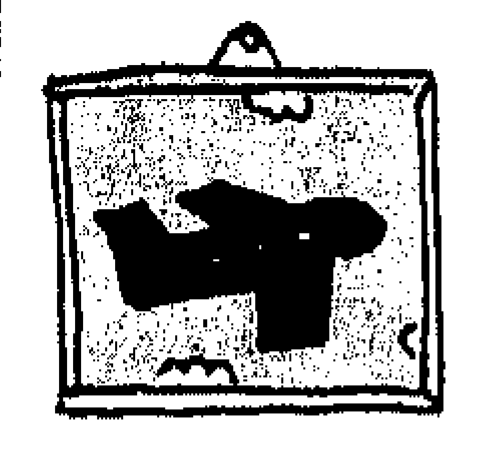
البولينج لاستخدامها أثناء فترات الراحة بعد ظُهر الجمعة، وقد اشتُهرت هذه الشركة بمنح ميداليات كجوائز.

إن العمل مع أشخاص يستمتعون بما يقومون به يساعدك على إشاعة جو من المرح في مكان العمل. ففي شركة Fredrickson Communication، يسعى المدراء جاهدين من أجل تعيين أشخاص مناسبين لثقافة الشركة. فأثناء المقابلة الشخصية مع المتقدمين للوظائف، تقوم "شيلا ماشسيك" و"تيري برينان" - مديرا المشروع - بتوضيح كيف يتم تشجيع الأفراد على الاستمتاع والتحلي بالمرح والابتكار والعمل لعدد مقبول من الساعات. وهم يفتخرون بأن جهودهم المبذولة لانتقاء الموظفين قد أتت بثمارها حتى الآن.

▼ ▼ ▼







في شركة Southwest Airlines للخطوط الجوية، يتم تشجيع الموظفين الجدد على التعرف على تاريخ تطور الشركة من خلال الصور والشهادات والأوسمة التذكارية التي تزين الممرات بقسم التدريب بها. وكذلك من ناحية أخرى يتم حث باقي الموظفين على إكمال أو توقع الأجزاء أو الصور المفقودة من تسلسل الصور والأوسمة، وذلك بهدف معرفة معلومات حول تاريخ تطور الشركة وأيضًا التعرف على الموظفين الجدد.

يعتبر المرح المكتبي هو كل ما يستحوذ على اهتمام الشباب الواعد الذي يرغب في العمل بشركة تكنولوجيا متطورة. فعلى سبيل المثال، تستعين شركة Silicon Valley بولاية كاليفورنيا باختبار القدرة على المرح والإبداع لدى المتقدمين للعمل كوسيلة أو مبرر للحصول على الوظيفة المعلن عنها، كما تشجع هذا الأسلوب العديد من الشركات الأخرى. وقد نشرت شركة Sun Microsystems في يوم كذبة أبريل إحدى المُزح على موقعها على شبكة الإنترنت؛ حيث ذكرت أن شركة Berkeley Systems تُشجع استخدام الزلاجات، والتي تربط الطابق الثاني بمطبخ الشركة.

▼ ▼ ▼

ذكر "مارك ليبوفيتش" في إحدى مقالاته التي تتناول الجمع والدمج بين المرح والعمل التي نشرت في جريدة San Jose Mercury News في ٤ أغسطس ١٩٩٦ أن لعبة "سيلي باتي" لها أكثر من استخدام في شركة Silicon Valley. على سبيل المثال، يقوم "جيم جيلمان"، مهندس شبكات، بتقديم قطعة ضخمة من "سيلي باتي" إلى المتقدمين لشغل الوظائف حين يأتون إلى مكتبه ليرى كيفية تصرُّفهم. وقد عُرف عنه أنه يوافق على تعيين أولئك الذين يتمكنون من صنع فطيرة من "سيلي باتي".

تُقيم شركة HealthEast بمدينة سانت بول بولاية مينيسوتا حفلة غداء مفاجئة لمقابلة المرشحين لشغل الوظائف. حيث يُطلَب من مسئولي شؤون العاملين تنظيم حفلة غداء – في خلال ساعتين – بحيث تكون فرصة للقاء والتفاعل مع الموظفين الجدد؛ اعتقادًا منهم بأن هذه هي الطريقة المثلى للتعرف على أي شخص على الصعيد الشخصي ولتقرير ما إذا كان هذا الشخص مناسبًا أم لا للانضمام إلى طاقم العمل.

▼ ▼ ▼

تُفضِّل "أنجيلا جان" – من شركة Kaiser Permanente – إرسال رسائل تقدير شخصية لكل من أجرت معه مقابلة شخصية ممن لم يوفقوا في الحصول على الوظيفة. أما الذين نجحوا في الحصول على الوظائف، فيحصلون على معاملة خاصة. فعلى سبيل المثال، يتم تعليق لافتة ضخمة في أماكن عملهم مكتوب عليها "ألف مبروك"؛ وذلك ليشاهدوها في أول يوم من أيام التحاقهم بالعمل أو تُوضع لهم علبة مزينة مليئة بالحلوى، أو عصابة للرأس مزركشة بقلوب أو نجوم، أو مزودة بكُرات لامعة متدلية منها.

قائمة المأكولات العشرة المفضلة

(وفقًا للإحصاءات)

هذه قائمة تحوي أشهر المأكولات التي يتم تناولها في العمل كما يوضحه استقصاؤنا، والتي يتضح بها نقص الأغذية الصحية!

١٠- المياه الغازية

٩- حلويات بكميات كبيرة (لافت للغاية)

٨- بسكويت مملح

٧- شيكولاتة (حلوى بصورة عامة)

٦- كيك

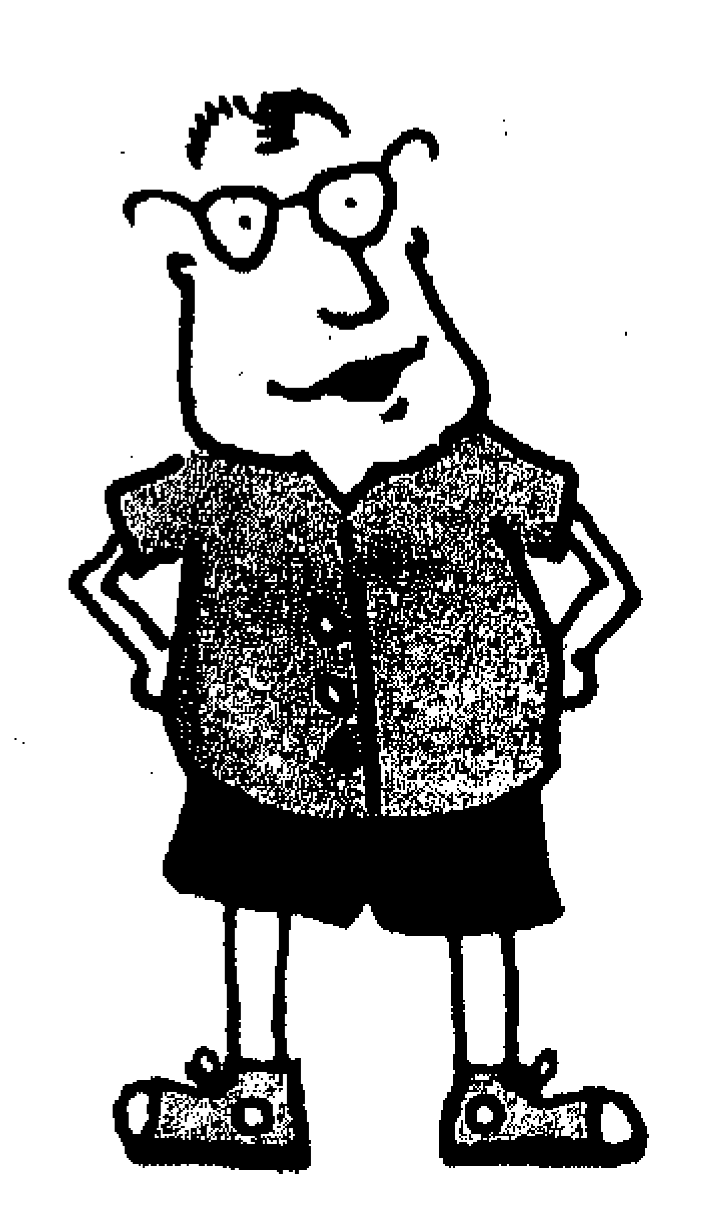
٥- فيشار

٤- آيس كريم

٣- فطائر محلاَّة

٢- بيتزا

١- كعك محلى (وهو الأكثر استخدامًا)



كيف تتوصل إلى معرفة ما إذا كان الشخص المرشح للوظيفة محبًا للمرح أم لا؟ لمعرفة ذلك، كل ما عليك فعله هو إضافة بعض اللمسات المرحة التالية إلى الطريقة التي تستعين بها لاختيار الموظفين الأكفاء:

▼ احرص على جعل حِس المرح إحدى السمات والمعايير الأساسية لاختيارك الموظفين.

▼ أعِد نشر خصائص الوظيفة بحيث توضح المهارات والسمات التي يجب توافرها في الأفراد الذين يستخدمون المرح كوسيلة للنجاح.

▼ اسلك دربًا مرحًا وغير مسبوق لاختيار الأشخاص المناسبين لشغل الوظيفة، واستخدِم كلماتٍ وصورًا لافتة لجذب أشخاصٍ أكفاءٍ ذوي أرواح مرحة.

▼ قم بإجراء المقابلة الشخصية مع المتقدمين في إطار مرح غير رسمي.

▼ اسأل المتقدمين عن كيفية تصرُّفهم في المواقف المختلفة الأكثر تحديًا التي يُفترَض مواجهتها في العمل.

▼ احرص على أن يحضر المقابلة الشخصية بعض الأفراد الذين يعملون في القسم المرجَّح أن يتم تعيين المرشح فيه.

▼ لا تتردد في مفاجأة المرشح بأن تبدو مزعجًا في نظره. (على أن تظل أسئلتك خاضعة للسياق القانوني للأسئلة.)

▼ اسأل المرشح عن تصوره لمكان العمل المثالي.

▼ اسأل المرشح عن كيفية قيامه بتهيئة جو من النشاط والحيوية داخل الشركة وعمله.

▼ اعرض فكرة قيام المرشح بمزاولة مهام الوظيفة المتقدم لها لمدة يوم أو يومين قبل توقيع العقد.

▼ وأخيرًا، احرص على متابعة اختبار المرشحين والتأكد من بياناتهم.

وجدير بالذكر أن مثل هذه الخطوات سوف تجذب مَن لا يجدون حرجًا في اعتبار المرح جزءًا من ثقافة العمل.

▼ ▼ ▼



لقد تم إجراء استقصاء حول احتياجات ألفٍ من الموظفين في أماكن عملهم وفقًا لأفضلية تلك الاحتياجات بالنسبة إليهم، وكذلك تم إجراء استقصاء على مائة من مديريهم المباشرين وتم ترتيب الاحتياجات نفسها تبعًا لاحتياجات الموظفين من وجهة نظر مديريهم. وقد جاءت النتائج كالآتي:

ترتيب الاحتياجات في مكان العمل	الترتيب من وجهة نظر الموظفين	الترتيب من وجهة نظر المدراء
العمل الممتع	#١	#٥
الحصول على التقدير عند انتهاء العمل	٢	٨
وضع الأمور في نصابها	٣	١٠
الشعور بالأمان في العمل	٤	٢
الحصول على أجور جيدة	٥	١
فرص الترقيات/ التدرج الوظيفي	٦	٣
العمل تحت ظروف جيدة	٧	٤
الإبقاء على العمال	٨	٦
وجود نظام مرن وفعَّال	٩	٧
تقديم العون الملائم للتغلب على الظروف الشخصية	١٠	٩

وقد أجرى هذا الاستقصاء الدكتور "كينيث كوفاش" من جامعة "جورج ماسون"، ونُشِر في مجلة People Performance في أكتوبر ١٩٩٦.

نموذج يحتذى به في نشر المرح

شركة Progressive Insurance : الاختلاف هو السمة المميزة لنا

تُعد شركة Progressive Insurance واحدة من أفضل شركات التأمين على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية من حيث الربح والإدارة. وقد بدأت الشركة العمل عام ١٩٣٧ بمدينة كليفلاند بولاية أوهايو، واستمرت في النمو بسرعة حتى أصبحت إحدى الشركات الرائدة في توفير خدمات التأمين على السيارات. واليوم، تمتلك شركة Progressive ستين فرعًا آخر يقدمون خدمات التأمين على السيارات وتأمينًا خاصًا على الممتلكات وخدمات أخرى مرتبطة بعالم التجارة. وتقوم شركة Progressive بتسويق خدماتها بصورة أساسية من خلال مندوبين مستقلين للتأمين بالولايات المتحدة الأمريكية وكندا.

وتقوم شركة Progressive – كسابع أكبر شركة تأمين على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية – بتقديم خدمات التأمين على السيارات الخاصة سواء المستخدَمة في الأنشطة الترفيهية مثل التخييم أو تلك المستخدمة في الإعلانات التجارية (سواء أكانت مطابقة للمواصفات أم غير مطابقة أم ممتازة). وتمتلك الشركة حصة تُقدَّر بـ ٢,٨٪ من

إجمالي حصة السوق، التي تساوي ١٠٠ مليار دولار مقسمة كالآتي: (٢٠ مليار للسيارات غير المطابقة للمواصفات و٨٠ مليار دولار للأخرى المطابقة والممتازة). وفي عام ١٩٩٥، بلغ صافي الربح الذي حققته شركة Progressive ٢٥٠ مليون دولار في الوقت الذي بلغت فيه المبيعات ٣,٠١ مليار دولار.

وتقوم شركة Progressive بتغطية الأسواق في أكثر من أربعين ولاية، منها سبع ولايات تشمل أكثر من ٥٥٪ من إجمالي نشاطها. ويبلغ عدد العاملين في الشركة نحو عشرة آلاف شخص.

ثقافة وقت للعمل ووقت للمرح

تشتهر شركة Progressive بقدرتها على جذب الموظفين المشهورين والمبدعين والمجدين من المستويات كافة والحفاظ عليهم. وتقوم الشركة بإسناد مسئولياتها للمستويات الأدنى من الإدارة، وتُشجع مبدأ التجريب وخوض طرق جديدة، وتعفو عن بعض الأخطاء بل وحتى تحث عليها، وتكافئ الأفراد استنادًا إلى النتائج.

وبالعودة إلى عام ١٩٨٤، نجد أن الشركة طرحت لأول مرة مبادئها الرئيسة في تقريرها السنوي. وقد تضمن تقريرها الأول العوامل الثلاثة لنجاح الشركة، وهي: الربح والتميز والمرح. وكل عام، يتم إعادة صياغة هذه المبادئ ومراجعتها لتتناسب مع ما يطرأ من مستجدات على رؤية الشركة. وعلى مدار السنين، أصبح المرح مبدأ أساسيًا يحرص الموظفون عليه بشكل ضمني.

ومن مظاهر إضفاء المرح على العمل الطابع غير الرسمي الذي يصبغ مناخ العمل على كافة المستويات

الإدارية بدءًا من كبار المديرين الذين نادرًا ما يرتدون الملابس الرسمية، وكذلك المجموعات الفنية الحديثة الشهيرة التي تضيف إلى مكان العمل دافعًا إلى الإبداع وشيئًا من الإثارة أو التفرد في بعض الأحيان وفي الأغلب روح التجديد. وربما تتجلى أكثر مظاهر المرح في الاحتفال بالأعياد الاجتماعية من كل عام.

الاحتفال بالأعياد الاجتماعية بشركة Progressive

لا أحد يعرف على وجه التحديد متى بدأت شركة Progressive الاحتفال بالأعياد الاجتماعية. فربما بدأت في منتصف السبعينيات حين نُقِل مقر الشركة إلى أحد الأحياء الرئيسة.

وفي الأعياد، يتم السماح للموظفين بل ويتم تشجيعهم أيضًا على القدوم إلى العمل بملابس جديدة وأحيانًا تنكرية، كما يتم تزيين أماكن العمل بالأقسام كافة. وسريعًا انتقل هذا التقليد إلى باقي فروع الشركة بالولايات الأخرى. وتمضي العديد من مجموعات العمل ساعات عدة من أجل التخطيط والتنفيذ لهذه الاحتفالات.

ففي يوم العيد، يبدأ الموظفون يومهم بتفقُّد أماكن العمل الأخرى؛ ليبدوا إعجابهم بالديكورات المبتكرة والتي غالبًا ما تكون غريبة. ويشترك في هذه الاحتفالات كبار المدراء، والذين غالبًا ما يفاجئون موظفيهم بإبداعهم وجرأتهم. ففي إحدى

السنوات، تنكَّر المدير التنفيذي "بيتر بي لويس" في زي أحد الممثلين، وفي سنة أخرى في زي المحارب "زورو"، وفي أخرى في زي سبَّاح في حوض السباحة.

ويتنكر باقي المدراء في أزياء الإنسان القديم ورجال العصابات والإنسان الآلي. وبعيدًا عن الأزياء التنكرية التقليدية كأزياء الأشباح أو الساحرات أو الوحوش، يتنكر الموظفون في أزياء الساحر "أوز" أو حبات المكسرات أو الشخصيات الكرتونية الأخرى والمغنيين وكذلك في هيئة علبة طباشير ضخمة وطاقم سفينة الفضاء أو صندوق للمشروبات الغازية. وفي هذه الأيام، يمنح كل فرع من فروع الشركة موظفيه الجوائز على أفضل أزياء وديكورات في مختلف الفئات. ويحضر أفراد العائلة والبائعون ليستمتعوا بالعرض المبتكر لهذا اليوم.

وقد قام برنامج PM Magazine- الذي يُعرض على التلفزيون المحلي بمدينة كليفلاند - بإذاعة أحد احتفالات شركة Progressive الرائعة.

أرباح المؤسسة

لماذا يقوم الموظفون بهذا الأمر؟ والأهم من ذلك، لماذا تسمح الإدارة بل وتشجع على القيام بهذا بل وأيضا تشارك فيه بحماس؟ ربما تكمن الإجابة في ثقافة المرح للشركة؛ فيقول "لويس" - المدير التنفيذي للشركة: "إننا نقضي وقتًا أطول من غيرنا في العمل، والحياة قصيرة جدًا لنبددها دون الاستمتاع بها. ووجود بيئة عمل يغلب عليها المرح والإبداع يعزز من نشاط الأفراد ويزيد من رضاهم عن العمل. والأفراد الذين يستمتعون أثناء عملهم يعملون بكد أكبر لتحقيق نتائج أفضل".



تواصل بمرح

الفصل الثاني

تواصل بمرح

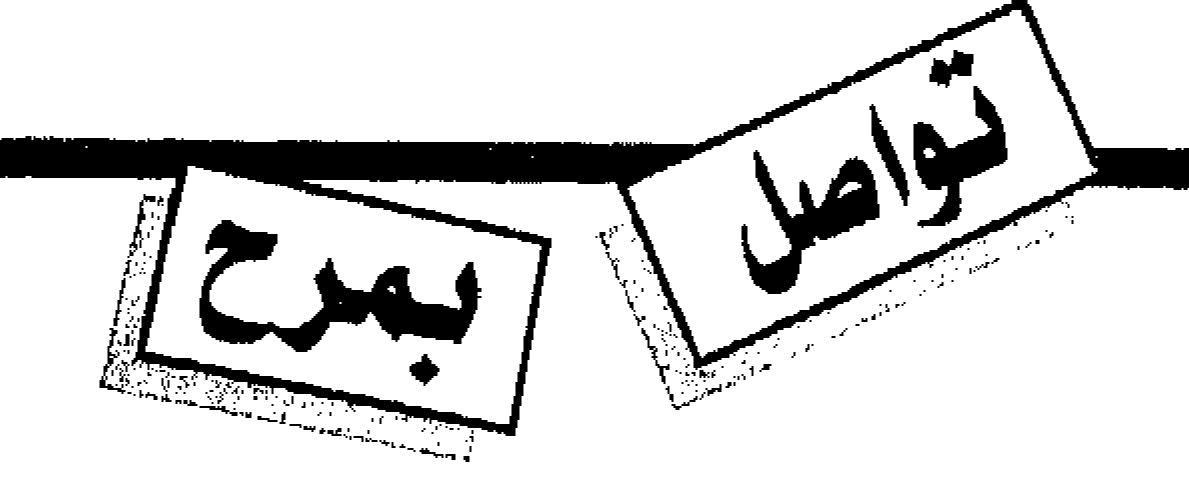
من أكثر الأمور المثيرة للشكوى التي تبزغ حين يناقش الموظفون أمور العمل هي سبل التواصل بين الموظفين؛ حيث يتم وصف سبل التواصل بواحدة أو أكثر من العبارات الثلاث الشهيرة "ليست كافية"، "ليست دقيقة"، "ليست منضبطة في الوقت". يمكن لعدم توافر المعلومات بين جميع الأقسام أن يكون أحد العوامل المتسببة في فشل أو نجاح أية شركة؛ فتوافر المعلومات من العناصر المؤثرة في اتخاذ القرارات الحيوية و إجراء المفاوضات المهمة، وكذلك في العلاقات الرئيسة.

يقول "جان كارلسون" – المدير التنفيذي السابق لشركة Scandinavian Airlines : "لن يتحمل أي موظف المسئولية إلا إذا توافرت لديه المعلومات الكافية".

فتوافر المعلومات قوة بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى. ولذلك؛ تتسم المنظمات الناجحة بتوافر المعلومات كاملة عندما

توجـد حاجـة إلى ذلـك. وتُعـد سياسـة الـشفافية والتـصريح بكـل المعلومـات وعـدم كتمانهـا في أمـور الإدارة إحـدى أكثـر الوسـائل فاعليـة لزيـادة ارتبـاط المـوظفين بالعمـل وتفـويض الـسُّلطة إليهم.

لـيس مـن المهـم فقـط أن يـتم تبـادُل المعلومـات داخـل المؤسـسة بـشكل مناسـب، ولكـن لا بـد أيـضًا مـن تحـري الطريقـة الأفـضل لنقـل هـذه المعلومـات. فـإذا تواصـلت مـع بـاقي زملائـك بطريقـة مرحـة وآسرة، فستـستطيع جـذب انتبـاههم بـما تقـول وتحفيـزهم عـلى العمـل. فالتواصـل الجيـد هـو مفتـاح النجـاح في أيـة شركة.

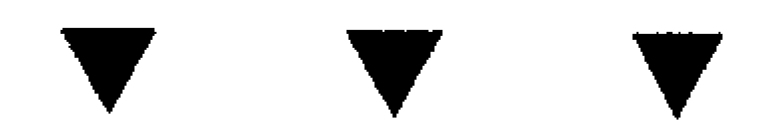


استرجع تلك الألقاب الممتعة التي كنت تتداولها مع أصدقائك عندما كنتم تستخدمون اللاسلكي عند حديثكم إلى بعضكم البعض أثناء اللعب. فبدلاً من أن ترسل مذكرة إلى أي شخص باسمه المعتاد، استخدِم اسمًا محببًا له على سبيل المزاح أو الدعابة. وكذلك، اسمح للأفراد بتعليق لافتات تحمل أسماء مستعارة مرحة على أبواب مكاتبهم أو أدواتهم المكتبية أو على أي شيء يريدونه. وفي المرة القادمة التي تستخدم فيها البريد الصوتي، قم بتغيير الرسالة المسجلة واجعلها باسمك المستعار الجديد المضحك مثل أن تقول: "هنا مكتب "كوبرا كبانا"...". ويمكن لرؤساء القطاعات أن يضفوا على مسمياتهم الوظيفية حسًا مضحكًا؛ فبدلاً من لقب "رئيس قسم الإطفاء"، يمكن استخدام لقب "قاهر النيران".

▼ ▼ ▼

ذكرت مجلة Agency Sales الصادرة في أغسطس عام ١٩٩٥ أن موقع شركة Hughes Aircraft (HAC) قد شهد مؤخرًا تحولاً بطيئًا وغير منظم إلى نظام هاتفي جديد.
وبعد مرور أسبوعين من استخدام النظام الجديد،

كانت هناك العديد من الهواتف ما زالت غير متصلة بالخدمة. وتعليقًا على الأوضاع المؤسفة في العمل، ابتكر أحد المهندسين إشارةً تحاكي بشكل ساخر الانتقال والتحول من النظام السابق للهواتف في الشركة للنظام الحالي المستخدم العقيم، وانتشرت هذه الإشارة التقليدية خلال الشركة. وربما لا تتضح تلك اللفتة المرحة لمن لا يعمل بالشركة، ولكنها عنت الكثير لمن ذاقوا مرارة الإحباط نتيجة العمل دون إمكانية التواصل عبر الهواتف. ويمكن للمرح المتعلق بأمور العمل - خاصةً إذا ما اشترك فيه زملاء العمل - أن يخفف من حدة توتر العمل، وفي الوقت نفسه ينقل رسالة خفية إلى المدراء ومستويات الإدارة.

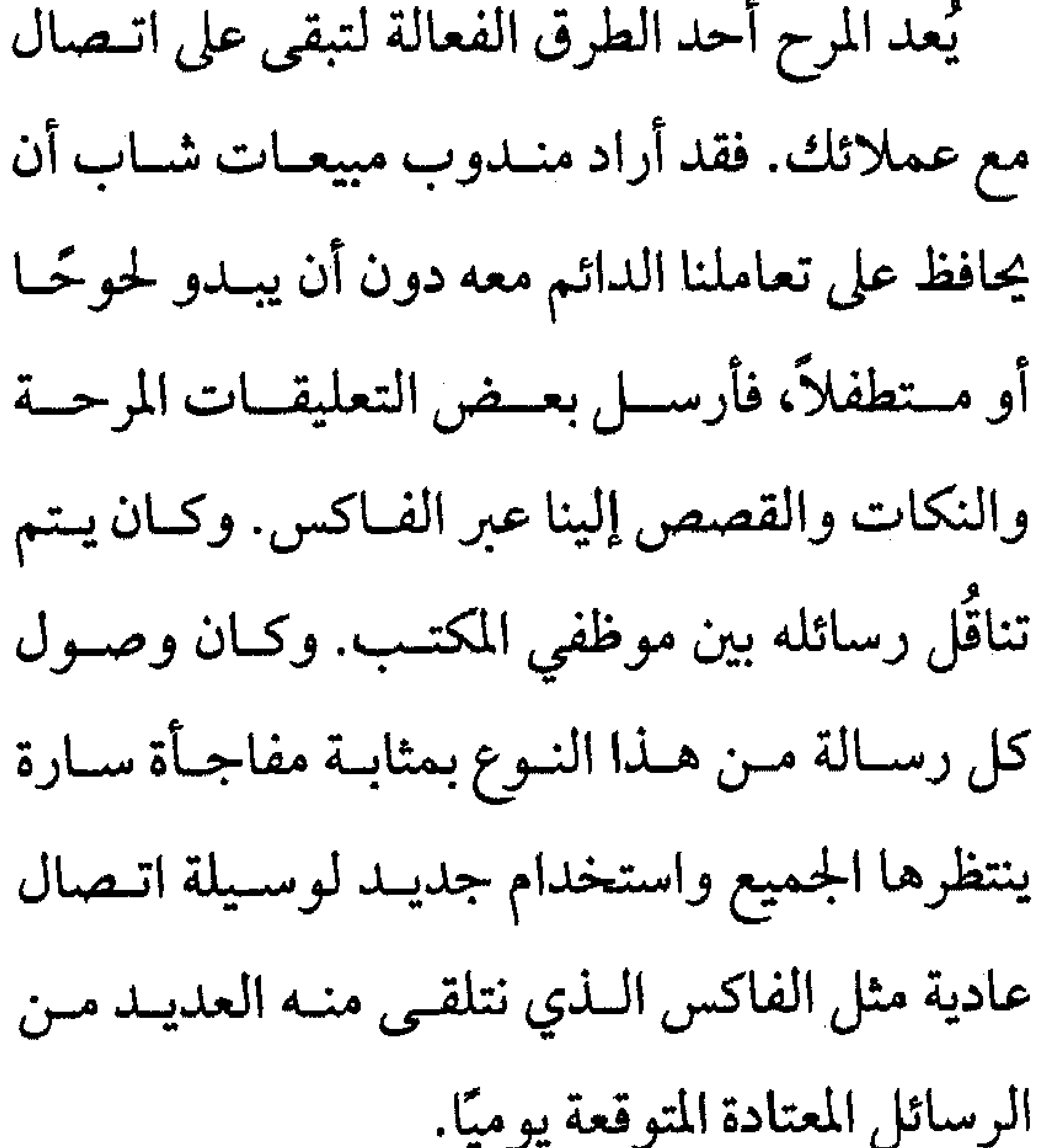


قم بالبحث عن بعض العبارات المقفاة المرحة لتستخدمها حين تتعامل مع العملاء أو زملائك في العمل. فقد ذكر العديد من المعلمين ومندوبي التأمين وأيضًا أفراد طاقم العمل بـ"ديزني لاند" أنهم يقومون بتجميع هذه العبارات المرحة في قوائم. وبالمثل يذكر أحد المعلمين أنه حين قام بتصحيح الواجب المنزلي لتلاميذه وجد تلميذًا كتب الآتي: "الفعل المبني للمعلوم هو الذي نعرف من الذي بناه، أما الفعل المبني للمجهول فهو الذي لا نعرف من الذي بناه وتم تقييده ضد مجهول".

وقد سُئل أحد أفراد طاقم العمل بـ"ديـزني لانـد": "متـى يبـدأ عـرض الساعة التاسعة؟!". وقد ذكر شخص في بوليصة تأمينه أنه قـرر التـأمين على حياته لأنه قد أصابه الذُّعر بمجرد رؤيته لحماته. ويمكـن لمثـل هـذه المجموعات من الأقوال المقفاة المرحة، التي تتماشى وتلقى في الأحـداث اليومية العادية، أن تساعد في إضفاء المرح على العمل مما يؤكـد أهميتـه في حياة الإنسان.

▼ ▼ ▼





يُعد المرح أحد الطرق الفعالة لتبقى على اتـصال مع عملائك. فقد أراد منـدوب مبيعـات شـاب أن يحافظ على تعاملنا الدائم معه دون أن يبـدو لحوحًـا أو مـتطفلاً، فأرسـل بعـض التعليقـات المرحـة والنكات والقصص إلينا عبر الفـاكس. وكـان يـتم تناقُل رسائله بين موظفي المكتـب. وكـان وصـول كل رسـالة مـن هـذا النـوع بمثابـة مفاجـأة سـارة ينتظرها الجميع واستخدام جديـد لوسـيلة اتـصال عادية مثل الفاكس الـذي نتلقـى منـه العديـد مـن الرسائل المعتادة المتوقعة يوميًا.

ولم يذهب مجهوده سدى؛ فعندما احتجنا إلى شراء منتجات مثل التي يبيعها، توجهنا إليه شخصيًا ووطدنا علاقتنا به. لقد كان عنصر الجذب إلى التعامل معه هو تمتُّعه بحِس الفكاهة.

▼ ▼ ▼

انقل الأخبار السيئة بطريقة تتسم بخفة الظل لتخفف من وقعها.

شهد مؤخرًا أحد أكثر مراكز اللياقة البدنية إقبالاً تعطُّل العديد من الأجهزة الرياضية به. وخلال فترة انتظار وصول قطع الغيار، تم تعليق لافتة تحمل تعليقًا مرحًا على كل جهاز كُتب فيها: "شهدت بداية هذا الأسبوع تعرُّض الأجهزة لهجوم فضائي. وقد خضنا هذا الهجوم ضدهم بجسارة، ولكنهم استطاعوا تعطيل اثنين من أشهر أجهزتنا. ونحن نعمل على مدار الوقت منذ ذلك الهجوم لتأمين المنطقة وإعادة تشغيل هذه الأجهزة مرةً أخرى. نأسف للإزعاج".

ولم يتقدم أي فرد بالشكوى طوال فترة الإصلاحات. على العكس؛ فقد امتدح الكثيرون تلك اللافتات المرحة وعبروا عن إعجابهم بصيغتها.

▼ ▼ ▼



"حين يستخف أحد الموظفين بإحدى المشكلات الصعبة، يجعلني ذلك أفكر أنها ربما لا تكون بالصعوبة التي أتخيلها، أو أن حقيقة الأمور أسوأ مما يبدو لي".

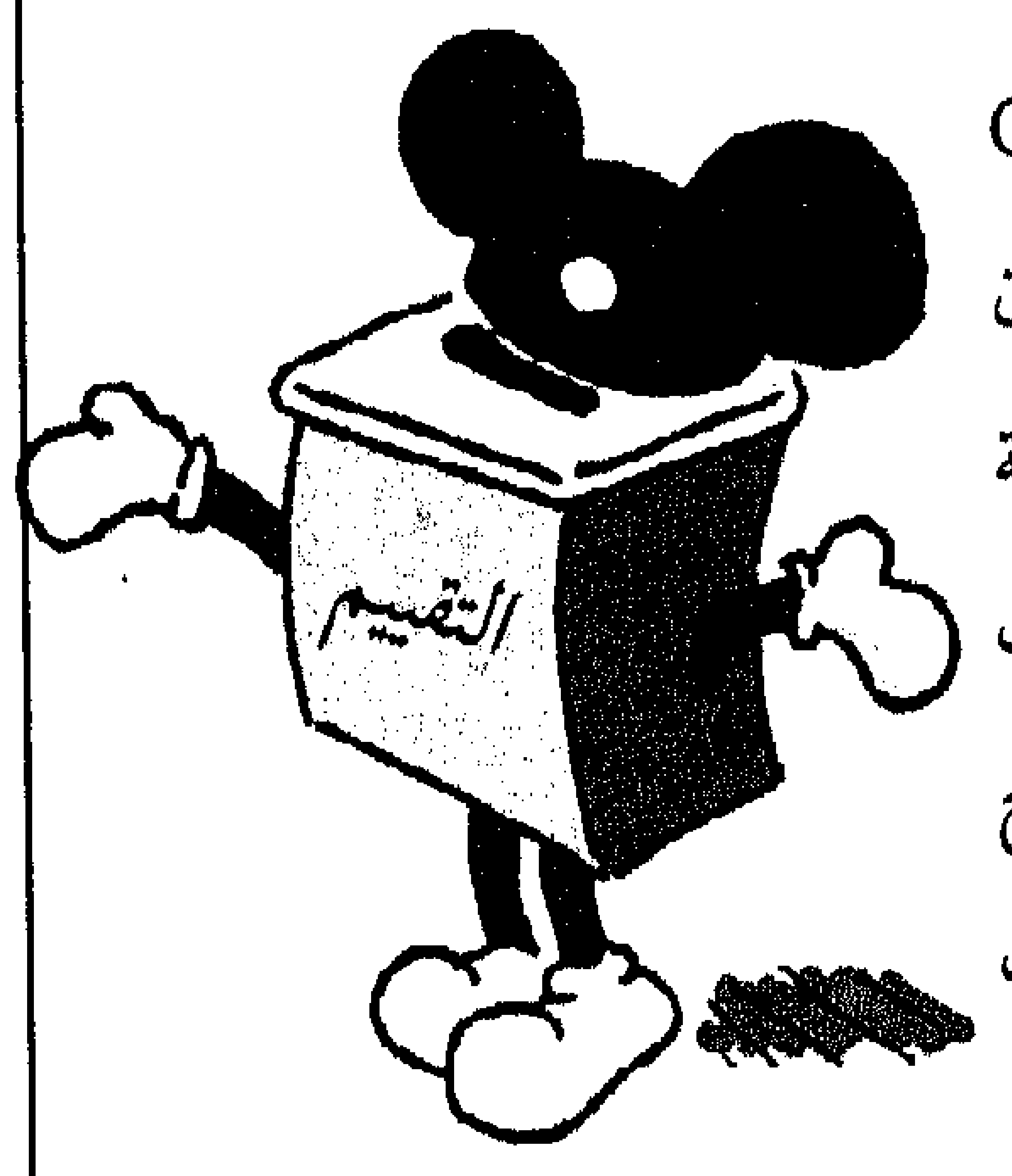
توم كروبا
من **Gale's Garden Center**

▼ ▼ ▼

هل تشعر بالإحباط لعدم اهتمام زملائك بالعمل بالمذكرة التي بذلت مجهودًا كبيرًا في إعدادها لتنقل لهم من خلالها معلومات مهمة؟ إذا كنت كذلك، فأضِف عنصر التشويق إلى المذكرة؛ كأن تكتبها تحت اسم مستعار، أو تُبقي المرسل مجهول الهوية متحديًا بذلك الجميع ليكتشفوا شخصية ذلك المرسل الغامض. وهذا كفيل بجذب انتباه الجميع للمذكرة.

▼ ▼ ▼

قم بإنشاء صندوق للاقتراحات المرحة، وقم بتشجيع الموظفين كافة على المشاركة بمقترحاتهم من أجل القيام بأنشطة مرحة.



فقد ذُكر في جريدة Cleveland Plain Dealer في ١٦ يناير ١٩٩٧ أن "بول أورفيلا" - مؤسس شركة Kinko - يعتقد أن صندوق المقترحات الموجود في الشركة هو سر نجاح شركته. وجدير بالذكر أن الموظف صاحب أفضل اقتراحات في السنة يفوز برحلة مدفوعة التكاليف إلى "ديزني لاند". وما يجعل هذا الأمر ممتعًا، هو أن كل من يعمل في هذه الشركة صار يساهم باقتراحات. وحين يسافر الموظفون للاستمتاع برحلتهم إلى "ديزني لاند"، يقوم كبار الموظفين بالعمل بدلاً منهم.

خلال اليوم المخصص للاحتفال بلعبة القرص الطائر بشركة Pacific Power and Electric بمدينة بورتلاند في ولاية أوريجون، يتم توزيع مذكرات ورسائل رسمية على جميع مكاتب الشركة مرفقة كل منها بقرص طائر على سبيل الهدية.

▼ ▼ ▼

يعتقد "سكوت فريدمان" - من مدينة دينفر بولاية كولورادو - بأن "المرح هو إحدى وسائل الاتصال وأكثرها فعالية وأهمها. فحِس الفكاهة لا يعني

القدرة على إطلاق النكات، بل القدرة على السخرية من الأزمات والتعامل مع المشكلات بقدر من الاستخفاف".

▼ ▼ ▼



"إن حِس الفكاهة اللاذع الذي يوضح للإنسان جميع الأخطاء التي يرتكبها - هو أو من يحطيون به - كفيل بأن يردعه عن أي خطأ أو على الأقل يمنع وقوع الأخطاء الجثيمة".

صامويل بتلر

▼ ▼ ▼

تمتلك العديد من المؤسسات وسائل رسمية للتواصل الداخلي بين مكاتبها وموظفيها. على سبيل المثال، قررت إدارة شركة SWI بمدينة ينبرفيل في ولاية إلينوي سؤال موظفيها عن الأفكار والمقترحات المرحة التي يفضلون إضافتها إلى الصحيفة الأسبوعية للموظفين. وقد جاءت النتائج هائلة حاملةً مثل هذه الأفكار:

▼ تقييم للمطاعم المحلية

▼ تقييم للأفلام

▼ ألغاز الكلمات المتقاطعة المكونة من أسماء الموظفين

▼ عمود يحتوي على الأخبار الحياتية للموظفين

▼ نكات

▼ مساحة لاقتراح أفكار جديدة

وقد ساهمت هذه الصحيفة في إحداث بعض النتائج غير المتوقعة، وهي:

١- ارتفاع الروح المعنوية لدى الموظفين، عن طريق سنح الفرصة لطرح أفكارهم ومشاركة الآخرين بها والاعتراف بفضل تلك الأفكار

٢- إرساء مبدأ "أخذ العمل على محمل الجد دون الشعور بالتوتر"

٣- تنمية مهارات الموظفين الكتابية

٤- إتاحة مجال للحوار بين الموظفين؛ مثل: "لقد شاهدت ابنتك وهي تقود فريق الكرة إلى الفوز"

٥- إيجاد ما يتطلع الموظفون إليه وينتظرونه أسبوعيًا

٦- انتشار قوائم تقييمات الأفلام والمطاعم بين الموظفين والعملاء على حدٍ سواء

▼ ▼ ▼

يعتبر التواصل القاعدة الجوهرية اللازم توفرها لتهيئة بيئة عمل صحية. يعتقد "بيل ريان" – من مجموعة Master Consulting Group – بأن التواصل لا بد أن تكون وسائله جلية ومعلنة للجميع. ففي شركته، يتم تتبع زيادة المبيعات عن طريق رسم بياني عملاق تم وضعه عمدًا في مكان يستطيع الجميع رؤيته. ويكون المؤشر في هذا الرسم على هيئة شخص يهرول نحو هدف الشركة، ويبتسم هذا الشخص في الشهور التي يُقترَب فيها من تحقيق الهدف، وتبطئ حركته في الشهور التي يصعب فيها تحقيق الهدف، ويتعثر في أحد الحواجز في تلك الشهور التي يتم فيها تحقيق أقل من نصف الهدف الذي خططت له الشركة.

وتجدر الإشارة إلى أن وضع مخطط لمدى تحقيق الهدف المرجو الوصول إليه ساعد على زرع الاهتمام في الموظفين وإيجاد دافع للعمل لديهم؛ مما أدى إلى إحداث ارتفاع سريع وملحوظ في المبيعات. ففي غضون شهر واحد، تم الاقتراب من إحراز هدف قضت الشركة شهرين سعيًا وراء تحقيقه، كما حدث تطور في

الأحوال حيث استطاعت الشركة تحقيق أهداف قبل ميعادها بما يقرب من شهر أو شهر ونصف. وقد أدرك "بيل ريان" أنه يمكن لمشاركة المعلومات عن سير العمل نحو إحراز أي هدف بطريقة يغلب عليها المرح أن تأتي بالعجائب.

▼ ▼ ▼



"حين يكون المرح جزءًا من ثقافة شركتك، يصبح الأفراد أكثر استرخاءً وأكثر إقبالاً على إيجاد أفكار جديدة ومبدعة ومبتكرة، وهو الأمر الذي ظل وسيظل ميزة تنافسية تتمتع بها الشركات الناجحة فقط".

كاثي ميلر

شركة PacifiCorp

▼ ▼ ▼

يمكن للبسمة أن تُضفي تأثيرًا إيجابيًا على نبرة صوتك. وسوف يُبدي الناس استعدادًا أكبر للقيام بما تطلبه منهم إذا ابتسمت في وجوههم أثناء طلبك منهم. وقد أدرك مدير المبيعات بإحدى الشركات الصغيرة بمدينة توليدو في ولاية أوهايو أن البسمة كما تُؤتي ثمارها في المقابلات الشخصية فإنها تُؤتي ثمارها أيضًا في الاتصالات الهاتفية. ولكي يتذكر دائمًا أهمية

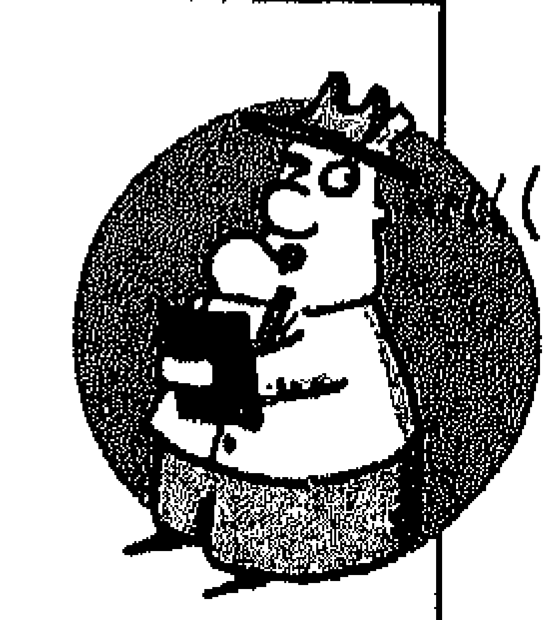
الابتسام، كتب كلمة "ابتسم" بخط كبير على قطعة من الورق وثبَّتها على جهاز التليفون الخاص به. والآن، وفي كل مرة يلتقط فيها الهاتف ليتحدث إلى أحد العملاء، يعلو صوته ابتسامة كبيرة.

ولم يكتفِ بذلك، بل وضع أيضًا مرآة بجانب الهاتف لكي يتمكن من مشاهدة ابتسامته فيها، الطريقة التي تساعده بدورها على مواصلة الابتسام.

▼ ▼ ▼

ورد في جريدة USA Today في ١١ نوفمبر ١٩٩٦، أن شركة Southwest Airlines ترى أن انسيابية التواصل وسهولته أحد العناصر الأساسية لنجاحها، وأن التواصل الضعيف يؤدي إلى تعقيد العمل وإشاعة الفوضى والارتباك بين نظم العمل. وتُطلِع شركة Southwest موظفيها على كل شيء من خلال مجلة LUV Lines التي تصدرها الشركة، وهي مجلة تناقش أخبار المجال الذي تعمل فيه الشركة وتتداول معلومات عن أحوال الطرق الجوية وكيفية التعامل مع الأمتعة وإحصائيات الوصول، أو بالأحرى كل ما يتعلق بالشركة. وترى شركة Southwest أنه كلما تمكن الموظفون من الوصول إلى المعلومات المهمة بسرعة، زادت قدرتهم على اتخاذ القرارات الضرورية لمعالجة المشكلات بصورة أسرع.

▼ ▼ ▼



"حين يصبح الموظفون سعداء، فإنهم يهتمون بصورة أكبر بالجودة وبالمحصلة، كما يساعدون في توفير بيئة تخلو من الصراعات وتغيير العمالة؛ مما ينعكس بدوره على العملاء؛ فيسبب لهم السعادة والرضا بمستوى الخدمة."

آب بخشيشي

مدير خدمة العملاء "University of Utah Hospital".

▼ ▼ ▼

بدأت بعض المؤسسات في إنشاء مجموعات سرية خاصة بها تتواصل عبر البريد الإليكتروني باعتبارها نوعًا من طرق تناقُل الإشاعات وتبادل الحديث عن طريق الإنترنت. وعلى الرغم من أن هذا لا يبدو لائقًا، فإنه يُعد وسيلة رائعة لمناقشة أحدث سياسات الشركة والتنفيس عن الإحباط من بعض العملاء والتعليق على الموظفين الذين لا يتبعون الموضة. وهذا الأمر بديل جيد لاجتماعات النميمة والثرثرة في أماكن العمل.

وقد وجدت "آيلين هانا" – مراقِبة الجودة بشركة MAMTC بمدينة وتشتو في ولاية كانساس، أن البريد الإليكتروني يُعد وسيلة فعَّالة لتبادُل النكات يوميًا مع زملائها.

▼ ▼ ▼

إن المرح والإبداع عنصران متلازمان. يُفضِّل "برادلي ويلكنسون" – من شركة Bradleylew, Inc. بمدينة أتلانتا – استخدام صياغة جديدة في المذكرات المكتبية، وذلك عن طريق محاولة كتابة قصيدة جديدة في كل مذكرة يكتبها. الأمر الذي يشكل تحديًا لمن لا يمتلكون مهارة الكتابة. ولكنها تُعد طريقة رائعة تجعل الناس يتطلعون إلى استلام مذكرتك.

▼ ▼ ▼

حقائق **أثبتت الأبحاث أن الأشخاص الذين يتمتعون بحِس فكاهي يشعرون برضا أكبر عن أنفسهم، ويكونون أكثر سعادة وإنتاجية من غيرهم. وجدير بالذكر أن حِس الفكاهة من المزايا النفيسة غير المرهونة بسن معينة، والتي يمكن لأي فرد اكتسابها. فحِس الفكاهة يساعد على تبديد التوتر والقلق وتوطيد العلاقات بين الأشخاص، كما يسهم في**

زيادة الإنتاجية وتحسين فرص التواصل ورفع الروح المعنوية بين الموظفين، وذلك حين يتم توظيفه في مكان العمل.

مجلة Agency Sales، أغسطس ١٩٩٥

▼ ▼ ▼

لقد أصبح البريد الإليكتروني والبريد الصوتي في هذه الأيام من الوسائل الأساسية التي يستخدمها الإنسان في التواصل. ومن أجل استخدام هذه الوسائل بشكل ممتع، تقوم "جودي بيم" - الأستاذة بجامعة ميتشيجن الغربية بمدينة كالامازو - بتوقيع الرسائل بأسماء شخصيات معروفة، وخاصةً الشخصيات التاريخية. فكم هو مدهش أن تتسلم رسالة بريد صوتي من الرئيس الأمريكي الراحل أبراهام لينكولن يقول: "لقد انقضى قرن على الميعاد المحدد لتسليمك الأوراق". وجدير بالذكر أن ذلك قد لا يبدو مضحكًا من وجهة نظر صغار السن والشباب.

ولكي تستفيد من هذه الفكرة، يمكنك توقيع الرسائل بأسماء شخصيات الأدب والتلفزيون والأفلام. وقد يكون من الممتع أن تكون لديك قائمة بأسماء الشخصيات

حتى تنتقي منها تبعًا لطبيعة الرسالة التي ستتركها. فعلى سبيل المثال، قد يتحرى المفتش "كرومبو" عن سبب عدم الرد على مكالماتك. وقد يتصل بك الملازم أول "داتا" من فيلم Starship Enterprise ليُبلغك بالمعلومات التي طلبتها.

▼ ▼ ▼



"موظفون سعداء = موظفون منتجون".

جريس نونان كاي

نائب رئيس التنمية الإدارية بصحف بورتلاند

▼ ▼ ▼

لقد ابتكر "مايكل بلازاك" - من مدينة سانداسكي بولاية أوهايو - طريقة رائعة لإبقاء الموظفين على أهبة الاستعداد عند التحدث مع العملاء عبر الهاتف. ففي كل صباح، يدفع كل فرد دولارًا واحدًا ليشترك في مسابقة، والموظف الذي يستخدم "عبارة اليوم" أثناء إجرائه المكالمات العادية مع العملاء يفوز في هذه المسابقة. وقد تكون عبارة اليوم مثل: "لقد خلق الله الكون في ستة أيام" أو "إنها أصعب من مرور الجمل في سم الخياط" أو "كل ابن آدم خطّاء". وأحيانًا تكون عبارة

اليوم إحدى الجمل الغريبة؛ مما يدفع الموظفين إلى البقاء متيقظين ومنتبهين مهما طالت مدة إجراء المحادثات الهاتفية.

إذا كنت تدير قسم التسويق عبر الهاتف أو قسم خدمة العملاء، فحتمًا ستدرك مدى الصعوبة التي يواجهها العملاء في تذكُّر مندوب المبيعات الذي يتعاملون معه. ولذلك؛ ابتكر "كيفين فيرلين" – من شركة Logan Marketing بمدينة كليفلاند في ولاية أوهايو – وسيلة طريفة ليتمكن العملاء من التوصل إلى المندوب الذي يتعاملون معه في كل مرة، وهي أن يتم إعطاء كل مندوب اسمًا يبدأ بالحرف الذي تبدأ به أماكن الفروع التي يعمل بها. فعلى سبيل المثال، "أبيجال" تخدم ولاية ألاسكا وولاية ألاباما، بينما يخدم "كارن" ولاية كانساس وولاية كنتاكي. وبذلك، إذا قام أحد العملاء بالاتصال دون أن يعرف المندوب الذي يوفر له الخدمة كل مرة، فكل ما عليه فعله حينها أن يذكر اسم الولاية التي يتصل منها.

▼ ▼ ▼

لقد أصبح البريد الإليكتروني وسيلة مهمة لإضفاء المرح. ففي العديد من أماكن العمل تُعد الرسوم الكرتونية الخاصة بشخصية "دلبرت" هي العامل المثير للمرح في المكاتب، بينما في مكتب شؤون العاملين بمدرسة

St. Vrain Valley بولاية كولورادو، يتم استخدام البريد الإليكتروني لتبادل قائمة الأفكار العشر التي يقترحها مقدِّم البرامج الحوارية "ديڤيد ليترمان". فبمجرد تصفُّحك للجرائد المحلية بالعديد من المدن، ستجد أن هذه القائمة منشورة في صباح اليوم التالي للبرنامج. ولكي تصبغ هذه القائمة بالطابع الشخصي لمكان عملك، قم بإضافة عنصر حادي عشر أو ثاني عشر لها.

فعلى سبيل المثال، هذه قائمة بالطرق العشر التي يقترحها مؤلف الكتاب "ديڤ هيمساث" لإضافة المرح إلى العمل بناءًا على تقديرات غير علمية ومدروسة لنسبة الأفراد الذين يعطون ردود الأفعال تلك في دراساتنا:

١٠ - ارقص "ماكارينا" (إحدى الرقصات المشهورة).

٩ - قم بتنظيم نزهات جماعية لتناول الغداء أو العشاء، أو حتى للاستمتاع لمدة ساعة.

٨ - احتفل بأعياد الميلاد وغيرها من المناسبات.

٧ - قم بتعليق بعض الرسوم الكرتونية لشخصية "دلبرت" على الأبواب أو على لوحة الإعلانات الموجودة في المكتب... إلخ.



٦ - ارتدِ الملابس التنكرية أو الجديدة في الأعياد الاجتماعية.

٥ - تبنَّ موقفًا إيجابيًا.

٤ - ارتدِ الملابس غير الرسمية في أيام الجمعة.

٣ - قم بإلقاء النكات.

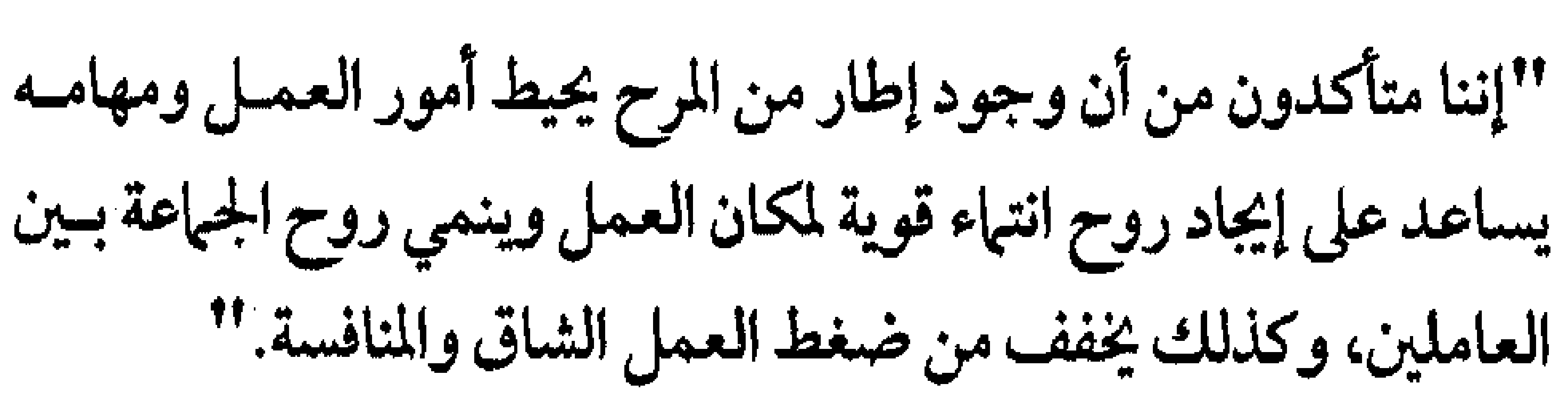
٢ – تناول الطعام المتنوع.

١ – ابتسِم طوال الوقت.

▼ ▼ ▼

قامت شركة The Bonneville Power Administration في مدينة بورتلاند بولاية أوريجان، بإصدار صحيفة أسبوعية خاصة بها لأول مرة لتغطية نبأ مرض أحد العاملين بالشركة. ولأن العاملين وجدوا هذه الصحيفة مصدر سعادة ومرح لهم لأنهم يقرأون ويكتبون فيها تعليقاتهم عن أحوال الشركة، استمروا في إصدار هذه الصحيفة حتى بعد شفاء زميلهم ورجوعه إلى العمل مرةً أخرى. وتُعد هذه إحدى الطرق اللطيفة والعملية للمشاركة في ما يجري في حياة كل شخص.

▼ ▼ ▼



"إننا متأكدون من أن وجود إطار من المرح يحيط أمور العمل ومهامه يساعد على إيجاد روح انتماء قوية لمكان العمل وينمي روح الجماعة بين العاملين، وكذلك يخفف من ضغط العمل الشاق والمنافسة."

إليزابيث بيدريك سارتان

شركة **Southwest Airlines**

▼ ▼ ▼

تستخدم "ترينا باكن" - مديرة البرامج بشركة MAQIN بمدينة ماديسون بولاية وسكونسين - شكل متطور من خاتم المزاج الذي يعبر عن الحالة المزاجية للفرد كوسيلة للتواصل داخل المكتب. توضح "ترينا":

" يمتلك كلٌّ منا حلقة صغيرة مقسم سطحها إلى أجزاء على مكتبه نلصق في كل أجزائها صورًا مختلفة تُعبِّر عن حالتنا المزاجية لذلك اليوم. وبما أننا نعمل في بيئة مفتوحة، تكون هذه الصور بمثابة البوابة التي تسمح للآخرين بمعرفة ما إذا كنا في حالة تسمح بالحديث معك أم لا، وهي طريقة لطيفة وودية لاحترام خصوصية الآخرين وحالتهم المزاجية. وغالبًا ما يُعبِّر اللون الأحمر عن "ممنوع الاقتراب"، واللون الأصفر عن "اقترب ولكن بحذر"، والأخضر "مرحبًا بك". ويبتكر كل فرد وسيلة طريفة لاستخدام هذه الألوان للتعبير عما تمثله بالنسبة له."

▼ ▼ ▼



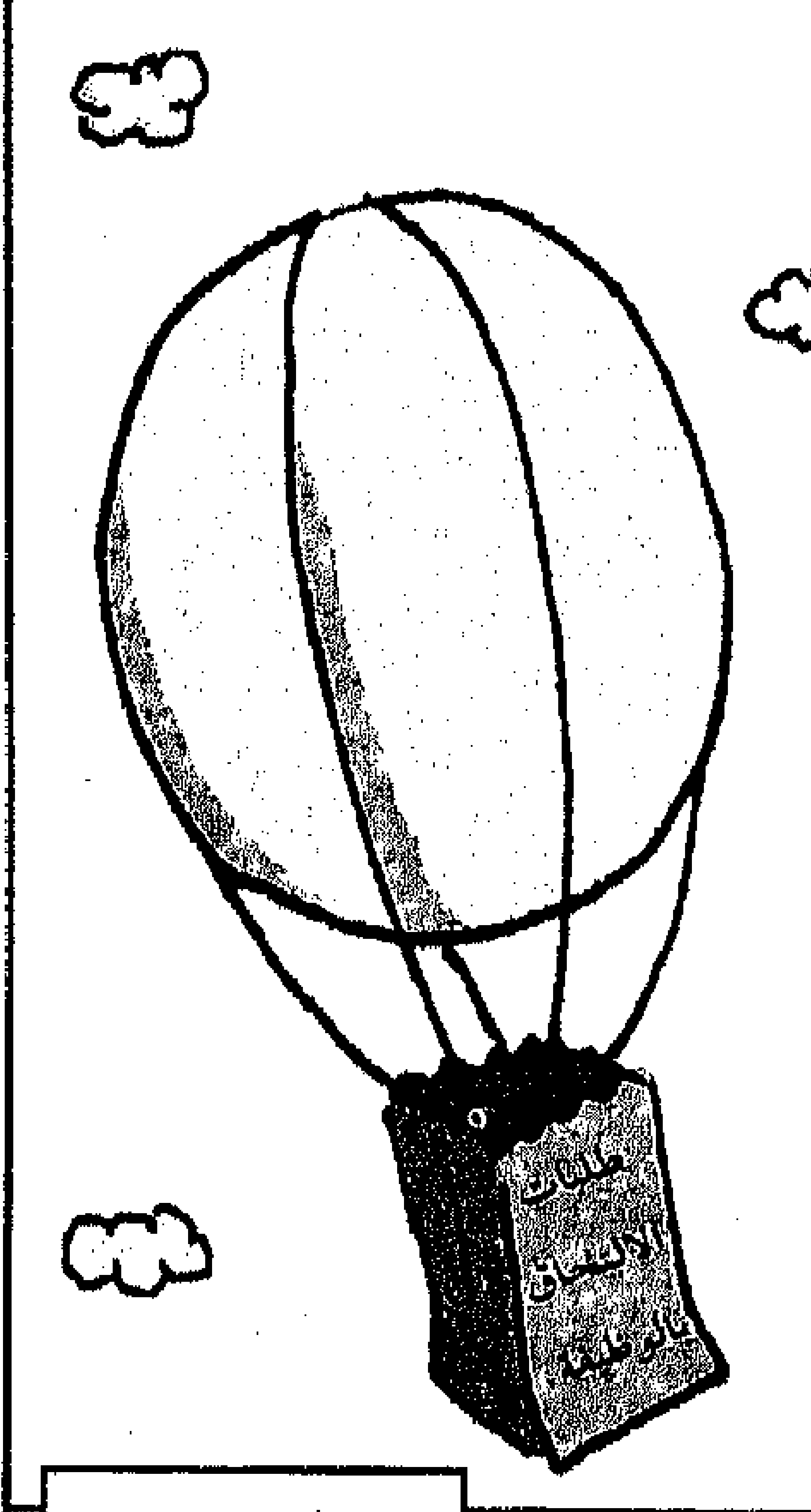
يمتلك "روجر ڤن أوك" - صاحب كتابي "A Whack on the Side of the Head" و"A Kick in the Seat of the Pants" - مجموعة من الكروت الصغيرة والتي يُطلِق عليها "مثيرات مبتكرة للإبداع". ويمكن توزيع هذه الكروت على المشاركين في الاجتماعات كوسيلة للحث على التفكير

الإبداعي حين لا يسفر الاجتماع عن شيء. ويمكن الإطلاع على فكرة وأنواع هذه المنتجات في المواقع المتخصصة.

▼ ▼ ▼

تُعد الوثائق الكتابية في الشركة من أكثر الأشكال الرئيسة للتواصل الباعثة للضجر. لذا؛ حاول إضافة لمسة مرحة إلى هذه الوثائق العادية. وهذا ما قامت به إحدى الشركات لطلبات الالتحاق بالعمل بها.

فقد ذكر "بوب فليبزاك" في إبريل ١٩٩٥ في مجلة Training، أنه حين يتقدم أي شخص للالتحاق بإحدى الوظائف بشركة Amy's Ice Cream، فإن كل ما يحصل عليه هو حقيبة ورقية؛ حيث يُطالَب باستخدامها بشكل جديد بشرط أن تحتوي على الأقل على اسمه ورقم تليفونه. ومن ثَمَّ؛ فقد حصلوا على العديد من طلبات الالتحاق المتميزة؛ فقد قام شخص ما بإلحاق بالون مليء بالهليوم بالحقيبة؛ مما جعلها تبدو على شكل منطاد هوائي. وقد احتوت الحقيبة على صور لإنجازات هذا الشخص، وكذلك بعض المعلومات المهمة عنه. وقام شخص آخر بتحويل الحقيبة إلى حوض سمك مؤقت ووضع بها بعض الأسماك الذهبية الحية.



نموذج يحتذى به في نشر المرح

ثقافة العمل بمرح داخل قاعة The Rock and Roll Hall of Fame

ربما لا تشبه قاعة The Rock and Roll Hall of Fame بيئة العمل العادية التي تعمل بها؛ فقد أُقيمت هذه القاعة للحفاظ على تراث موسيقى الروك آند رول الصاخبة والنابضة بالحياة. وهذه القاعة لم تُقام بمساحتها الضخمة المعروفة لممارسة أنشطة مرح معينة فقط، وإنما كان الهدف هو تقديم وتنمية ثقافة تعكس نوع الموسيقى الذي تسعى للحفاظ على هويته. والقائمون على إدارة هذا المكان على كافة المستويات بدءًا من فئة السائقين حتى الطهاة يعرفون كيفية إضفاء المرح والبهجة والحيوية على مقر العمل الذي يتسم بطبيعة عمل خاصة.

نبذة تاريخية عن القاعة

تبلغ مساحة قاعة The Rock and Roll Hall of Fame and Museum (RRHFM) نحو ١٥٠٠٠٠ قدم مربع، وهي بمثابة مركز حفظ تراث موسيقى "الروك آند رول"؛ حيث تقوم بتوفير أماكن لإقامة المعارض التفاعلية ومساحات لإقامة العروض والبرامج الخاصة وعرض بعضٍ من أبرز المجموعات المحفوظة بالمتحف. وأهم ما يميز هذه القاعة أنها بمثابة المقر الدائم لما يقرب من مائة فنانٍ وهاوٍ، ممن تم تكريمهم في هذه القاعة.

وقد ظهرت فكرة هذه القاعة إلى الوجود عام ١٩٨٣، حين قامت بعض الشخصيات المؤثرة في عالم الموسيقى بالتفكير في إنشائها بهدف تكريم الفنانين والفنانات الذين أثروا في موسيقى "الروك آند رول"

وساهموا في تطورها. وفي عام ١٩٨٦، وبعد محاولات بحث مضنية لتحديد مقر هذه القاعة، وقع الاختيار على مدينة كليفلاند بولاية أوهايو. وقد قام المهندس المعماري الشهير على الصعيد العالمي "إيوه.أنج .با" بوضع تصميم هذه القاعة، وتم بناؤها على شاطئ بحيرة "إيري" بوسط مدينة كليفلاند.

وشهد شهر سبتمبر عام ١٩٩٥ افتتاح هذه القاعة رسميًا. ولقد حققت نجاحًا ساحقًا؛ فقد فاقت نسبة الزوار في السنة الأولى المعدلات المتوقَّعة بنسبة ٢٥٪؛ حيث وفد الزوار إليها من شتى بقاع الولايات المتحدة الأمريكية، وكذلك من ما يزيد عن ستين دولة أجنبية. وبحلول أغسطس عام ١٩٩٦، كانت قد استقبلت القاعة مليون زائر. وتشهد القاعة حاليًا درجة كبيرة من الإقبال الشديد؛ حيث يُتوقَّع أن تفوق نسبة الزوار التوقعات مرةً أخرى. وقد تم وضع هدف بأن يقوم ٤٠٪ من الزوار أو ما يزيد بتكرار زيارة القاعة مرةً أخرى.

نادي الثقافة

وخلال فترة قصيرة، نجحت قاعة RRHFM في تطوير ثقافة متميزة للتواصل المفتوح داخل المؤسسة بأكملها؛ بدءًا من اجتماعات أفراد العمل والتجمعات الاجتماعية التي يعقدها وينظمها المدير التنفيذي "ويليام هلت"، ونزولاً إلى الاجتماعات على مستوى الأقسام بمقر مدرائها؛ حيث يتولى طاقم عمل آخر مسئولية إعداد طعام الإفطار وتقديمه إلى زملائهم في العمل كل أسبوع. مما يساعد على تسهيل التواصل بالقاعة.

وقد كان الهدف من التصميم الهندسي لمبنى القاعة والذي يتسم بانعدام الحدود الفاصلة بين أقسامه وعدم تباعدها من بعضها هو سهولة التواصل كذلك بين الأقسام المختلفة. فعلى سبيل المثال، تتضمن الجولة التعريفية للموظفين الجدد قضاء يومين أو ثلاثة أيام للتعريف بطبيعة عمل كل قسم والهدف منه، بالإضافة إلى قضاء وقت لا بأس به في شرح تاريخ القاعة ومراحل تطور المشروع والخصائص الهندسية لتصميم المبنى. ومن ثَمَّ؛ يشعر الموظفون الجدد في نهاية الجولة التعريفية بانتمائهم إلى عائلة أكبر. ويشعر أفراد طاقم العمل بالانتماء إلى الشركة التي يقومون بتمثيلها والفخر بها، الأمر الذي يُعد عنصرًا بالغ الأهمية بالنسبة للمؤسسة، التي يتمثل هدفها الأوحد في أن تحقق نجاحًا على مستوى العالم.

المبدأ الأساسي لطبيعة العمل في القاعة

ربما لا تذكر جلية كلمة المرح في مبادئ العمل في القاعة، ومع ذلك فإن الهدف الذي يطمح إليه الجميع هو إيجاد بيئة عمل يسود المرح والحيوية والسعادة بين موظفيها؛ حيث تعد حفلات الغناء والرقص المباشرة الصاخبة من الأنشطة اليومية التي يقوم بها طاقم العمل، كما أنه غير مسموح بتشغيل الموسيقى الهادئة في مكان العمل.

وكما هو معلوم للجميع أنه لا بد أن يتم إنجاز العمل في الساعات المخصصة له، لذلك توفر إدارة القاعة وسائل للترفيه عن الموظفين. فعلى سبيل المثال، أصبح

تنظيم حفلات أعياد ميلاد جماعية للموظفين من مواليد الشهر الواحد بعد ساعات العمل تقليدًا متبعًا، ويتم تشجيع طاقم العمل بأكمله على الحضور ولكن دون تكليفهم رسميًا. وكذلك تسمح الإدارة بالاحتفال بذكرى التحاق الموظفين بالعمل، وذلك عن طريق السماح لهم بتوقيع أسمائهم وتواريخ التحاقهم بالعمل على اللوحة المعلقة عند بوابة دخول الموظفين.

فالمرح مبدأ مقبول، بل ويتم الحث عليه كجزء من ثقافة القاعة. وقد قال "تيم موور" - مدير الاتصالات في القاعة: "لم تكن القاعة قادرة على الاستمرار في نجاحها لو لم تكن مكان عمل يغلب عليه طابع المرح. وإذا لم يستمتع الموظفون بما يقومون به، فلن تستطيع القاعة أن تنجح في مهمتها في إمتاع زوارها."



تدرب على أساسيات المرح

الفصل الثالث

تدرب على أساسيات المرح

تعتبر القدرة على الإنتاجية بمثابة فن أداء؛ من يتقن أداء دوره يُلاقي النجاح، ويُتقن دوره ويتحسن مستوى أدائه من يشعر بالنشاط، ويشعر بالنشاط من يستمتع بما يقوم به. لذلك؛ فالمرح هو سر النجاح.

يتمثل الهدف الذي يسعى إليه كل المسئولين عن قسم التدريب في أية مؤسسة في تيسير عملية التعلم للموظفين ومساعدتهم في اكتشاف قدراتهم والانتفاع بها، بالإضافة إلى تنمية مهاراتهم وإكسابهم السلوكيات الضرورية للنجاح. بطريقة أخرى، تتمثل مهمتهم في رفع القدرة الإنتاجية للموظفين وتشجيع العمل الجماعي وفرق العمل داخل المؤسسة، بجانب تيسير الاستجابات الإنتاجية للموظفين بحيث تتماشى مع الاحتياجات المتغيرة للشركة، والأكثر أهمية من ذلك تحفيز الموظفين وتنشيطهم بالقدر الذي يدفعهم إلى الرغبة في اكتساب المهارات المختلفة وتنميتها.

فالمرح وسيلة رئيسة من الوسائل التي يستعين بها أي مدرب، ويقول عنها "سي. دبليو. ميتكالف" - مستشار المرح: "إنها وسيلة فعالة فما عليك سوى إتاحة الفرصة لاستعمالها وانتظر النتائج المذهلة". ومن ثَمَّ، قم بإضفاء روح المرح على التدريب، وبذلك ستجذب انتباه مستمعيك. فالمرح عنصر لا يتجزأ من عملية تعليم الكبار؛ حيث يضيف إلى التدريب خاصية تذكره بسهولة وعدم نسيانه، كما يُيسر عملية إحداث التأثيرات الدائمة، كما يدفع الأفراد إلى القدوم من أجل الحصول على المزيد.



قام "روبرت مارن" من شركة Chilcote بعلاج مشكلة صعبة من خلال حل ظريف. فقد كانت الشركة تعاني من زيادة المكافآت والتعويضات المالية للعمال عن الإصابات الناتجة عن العمل. وفي عام ١٩٩٥، قامت الشركة بتأسيس لعبة "بينجو" لحفظ السلامة والأمن. وعن طريق هذه اللعبة، أصبح تعلُّم احتياطات الأمن والسلامة أمرًا ممتعًا، وانخفضت الإصابات بنسبة ٥٦٪ عن الإصابات في عام ١٩٩٤. وقد جاءت النتائج مبهرة؛ فانخفض وقت العمل الفاقد بنسبة ٥٥٪؛ أي ما يعادل ثمانية وثلاثين يومًا، وتم توفير ٢١٠٠٠٠٠ دولار كانت تُنفَق كتعويضات مالية للعمال. يا لها من نتائج رائعة!

▼ ▼ ▼



قم بإدارة المرح بمؤسستك عن طريق تعيين مستشار للمرح؛ فقد يعطي الاستعانة بخبير متخصص من خارج المؤسسة منظورًا آخر إلى الأمور.

طبقًا لما ورد في أغسطس ١٩٩٥ في مجلة Agency Sales، يمكنك تعليم الموظفين كيفية القيام بمهمة ما عن طريق ذِكر كل ما يحول دون إنجاز تلك المهمة؛ فعن طريق تقديم المثال السيئ يستقي الموظفون ما ينبغي عليهم فعله وما لا ينبغي عليهم فعله.

▼ ▼ ▼

كان يحتاج الموظفون بقسم نقل المرضى داخل أحد الأنظمة الصحية الضخمة الموجودة في المدينة إلى إثارة النشاط والحيوية من جديد بداخلهم من أجل تحسين خدماتهم وتلبية توقعات العملاء - الداخليين والخارجيين - المتزايدة.

ومن ثَمَّ، فقد قامت مجموعة الموظفين بأحد هذه الأنظمة بوضع رؤية من أجل تحسين مجهودهم. وقد تضمنت هذه الرؤية تطويرًا في معايير الأداء، وتدريب موظفي خدمة العملاء، وإعادة هيكلة النظام من أجل سرعة الإنجاز والوصول إلى المكان المطلوب، وإجراء فحص دقيق لزِي العمل.

وقد قررت المجموعة إضافة المرح إلى العمل عن طريق تنظيم حفل إفطار لاختيار زِي جديد لأفراد العمل. فقد قاموا بدعوة كل موظفي القسم لتناول طعام الإفطار معًا، الذي كان عبارة عن مائدة طعام فخمة في وسط جو من الديكورات المبهرة. وقد انبهر الموظفون بعرض الأزياء الذي يقدم المقترحات الممكنة لاختيار زي العمل الجديد منها، والتي قام زملاؤهم في العمل بعرضها على المنصة في إطار موسيقي يتماشى مع العرض. وبعد انتهاء العرض، قام الموظفون بالتصويت لاختيار الملابس التي راقتهم.

ولقد أدى كل هذا المجهود لإشراك الموظفين كافة في اختيار الزي الجديد والاستمتاع بعرض الأزياء المنظم إلى تعزيز الروح الجماعية المتجددة داخل المجموعة وتسهيل عملية تغيير الزي واستبداله بآخر جديد بطريقة سلسلة، وكذلك إضفاء المرح على العمل.

▼ ▼ ▼

"إن إضفاء روح المرح على العمل يعني القدرة على الاستمتاع في الوقت نفسه الذي تقوم فيه بإنجاز المهام."

جو مولينكس

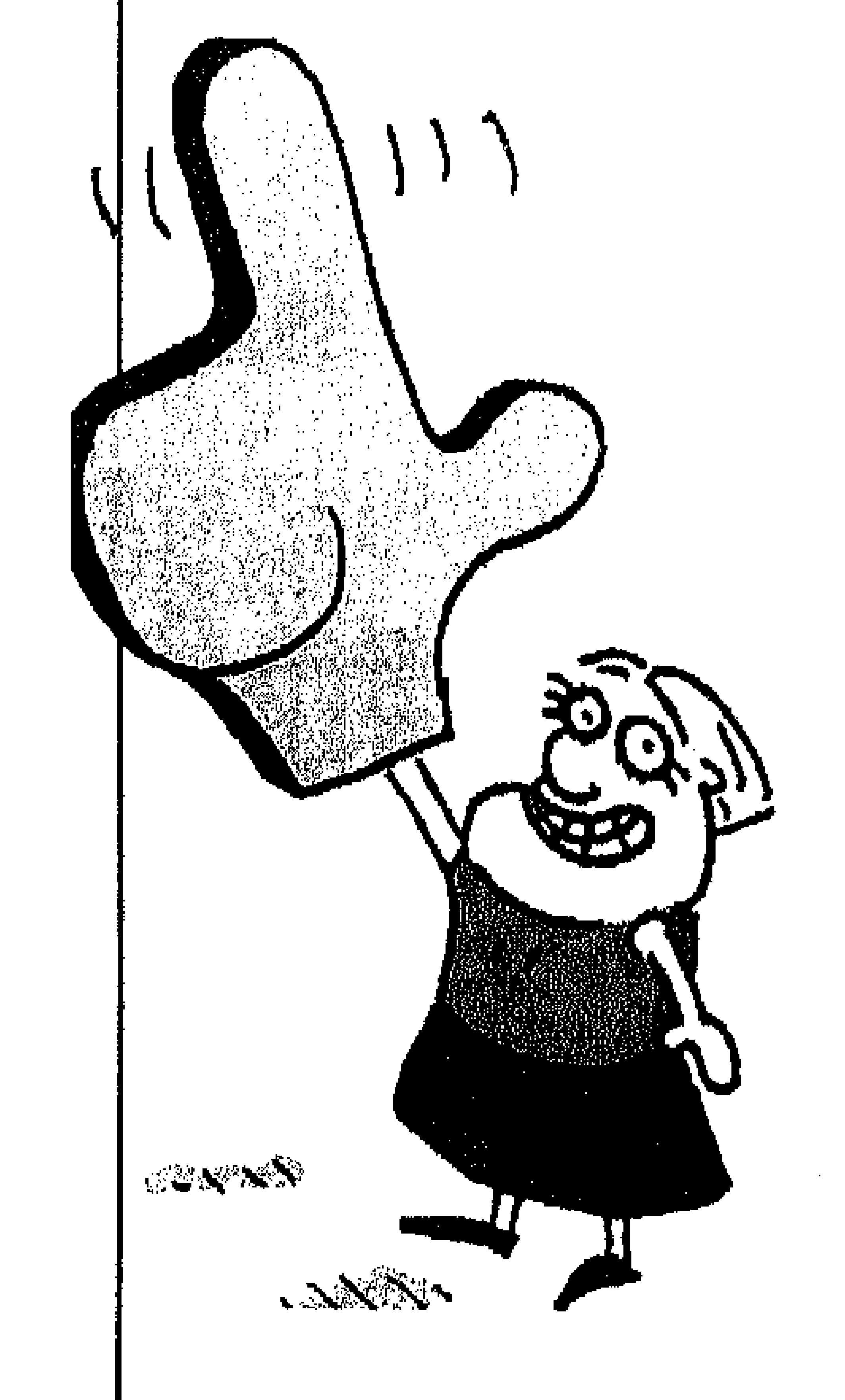
مجموعة شركات Hoechst Celanese Chemical Group



أثبتت الدراسات أن الموظفين الذين يشاركون في الألعاب "السخيفة" لديهم قدرة أكبر على التفكير الإبداعي وإيجاد حلول مبتكرة للمشكلات. وقد أجرت جامعة "كورنيل" دراسة أثبتت فيها أنه عند مشاهدة الإنسان لفيلم مضحك، تزيد من قدرته على المرونة الإبداعية وكذلك قدرته على إيجاد حلول مبتكرة للقضايا المحيرة بصورة أكبر من غيره ممن لم يشاهد الفيلم.

مجلة HR Focus، فبراير ١٩٩٣

▼ ▼ ▼

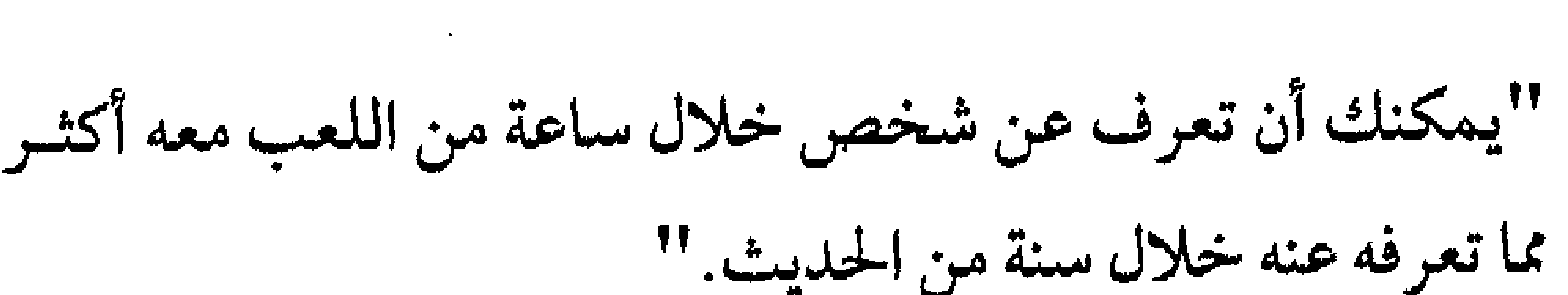


استعن بنقل وسائل المرح من محيط معين وإحضارها إلى محيط آخر. فعلى سبيل المثال، أحضِر الأشياء المرحة التي تستمتع بها إلى مقر العمل. فمن الممكن أن تُحضِر "يد التحية" المستخدمة من قِبَل آلاف المشجعين في الملاعب المنتشرة على مستوى العالم، وتستخدمها أثناء تدريبات فريق الشركة. والآن، هل يمكنك إيجاد أمثلة أخرى؟

الألعاب ليست فقط وسيلة للمرح والترفيه، بل هي من أفضل وسائل التعلم. ومن ثَمَّ؛ أضِف الأنشطة المرحة إلى دورات التدريب لمساعدة الحاضرين وخاصة البالغين منهم على التعلم، حتى وإن ظنوا أن الهدف من هذه الأنشطة هو المرح فقط. وقد صدر العديد من الكتب التي ستتيح لك مثل هذه الأنشطة أو يمكنك أن تستوحي منها بعض الأفكار الجديدة.

▼ ▼ ▼





"يمكنك أن تعرف عن شخص خلال ساعة من اللعب معه أكثر مما تعرفه عنه خلال سنة من الحديث."

أفلاطون

▼ ▼ ▼

قم بمفاجأة الموظفين الجدد في شركتك بتنظيم جولة تعريفية لهم لا يمكنهم نسيانها. فلكي تقوم بتعريفهم بشركتك والوظائف الرئيسية بها والأشخاص المهمين، أشركهم في لعبة الكنز المفقود التي تتطلب منهم التوصل إلى حل لغز ما. ولا يمكن التوصل إلى الحل إلا عن طريق

التجـول في مكـان العمـل ومقابلـة زملائهـم وتفقُّـد الأقـسام الجديـدة واسترجاع المعلومات الأساسية عن نشاطات الشركة المختلفـة. فجـدير بالذكر أن التعلم يمكن أن يكون ممتعًا، خاصةً إذا لم تكن مقيـدًا بمحـيط عملك.

ويمكنك أيضًا اقتراح لعبة الكنز المفقود في نطاق المكتب. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تطلب من أحد الموظفين الجدد التوصل إلى مكان آلة التصوير أو الفاكس أو معرفة كيفية البحث عن شيء ما على جهاز الكمبيوتر. والهدف من ذلك إشعار الموظفين الجدد بالحرية والارتياح في محيط عملهم الجديد، وإتاحة فرصة لهم للتعرف على زملائهم بشكل غير رسمي. كما أنه يُعد وسيلة سهلة لتـدريب الأشـخاص عـلى التعـاملات المعتـادة في المكتـب واستخدام لوازمه من الماكينات والأجهزة المعتادة فيه.

وجدير بالذكر أن شركة Mercer Management Consulting تستعين بهذه الوسيلة لتعريف أعضاء الفريق بالمدن الجديدة. حيث يتطلب عمـل بعض موظفي الشركة إيجاد مواقع مكاتـب العمـلاء والفنـادق الفخمـة ومركز المؤتمرات الخاص بكل مدينـة. ولكـي يقـدموا دلـيلاً ماديًـا عـلى

نجاحهم في الوصول إلى هذه الأماكن عليهم تقديم الدلائل إلى رؤسائهم علي قيامهم بذلك الأمر؛ مثل إحضار كارت تعريف العميل أو كارت يحمل اسم العارضين.

ويمكن إضفاء المرح على أصعب دورات التدريب، وذلك عن طريق تقديم موادها في صورة ألعاب. فعلى سبيل المثال، يحث "جو مولينكس" - من مجموعة شركات Hoechst Celanese Chemical Group - المسئولين عن قسم التدريب في الشركة على إضافة المرح إلى مواد التدريب، وذلك عن طريق تقديمها في صورة ألعاب مثل بينجو أو لعبة المخاطرة أو لعبة التركيز. ويوضح ذلك قائلاً: "تساعد الألعاب على كسر حاجز الخوف من التدريب لدى الموظفين، كما أنها تتيح المجال للمناقشة والتفاعل بين المتدربين الذي ما كان ليحدث إذا تم تقديم التدريب بشكل آخر".

▼ ▼ ▼



"قد يُطلِق اللعب الحر العنان للإبداع ... وقد تتيح التصرفات المندفعة المتهورة الفرصة للابتكار."

مارك ليبوفيتش

جريدة San Jose Mercury News، ٤ أغسطس ١٩٩٦

يقول "ستاسي يوسيم" - مطور المناهج بشركة BOCA International:
"لقد كُلِّفت أنا وزميلي في العمل بتنظيم ندوتين؛ مما كان يعني مقدارًا كبيرًا من العمل. ولكن زميلي عمل على تحويل هذه المهمة إلى تحدٍ مرح. فقد قمنا بحصر عدد المشاركين في هاتين الندوتين، ثم تنافسنا من أجل تقدير حجم المساعدة التي سوف نحتاجها. وبعد ذلك، قمنا بجولة ممتعة من أجل شراء هدايا لطيفة لتقديمها إلى المشاركين. وقد ثَبُت حقًا أن الوقت ينقضي سريعًا حين تقضيه في عمل شيء ممتع لك؛ فقد تحول هذا الكم من العمل المضني إلى مغامرة ممتعة. وقد سارت كلتا الندوتين بشكل جيد ودون أي اضطراب، وتلقينا كلمات الثناء والتقدير الإيجابية من المشاركين".

▼ ▼ ▼



قم بإضفاء المرح على التدريب. فقد قامت "ماري ڤوندرا" - مسئولة الخدمات التعليمية بمستشفى Children's Hospital بمدينة أوموهو في ولاية نبراسكا - بإضفاء جو من الحيوية والمرح على التدريب لمواجهة الكوارث الطارئة؛ حيث رتبت تدريبًا على كارثة

وهمية متزامنة مع أحد الأعياد. قرر المسئولون عن التدريب الاستعانة ببيت للرعب ككارثة وهمية مُطالِبين الموظفين بتحديد مواطن الرعب المحتمل من الأماكن غير الآمنة. وانتهى التدريب في بيت الرعب بما يحتويه من أصوات مخيفة جاذبًا ٥٧٥ موظفًا للمشاركة فيه، والذين قاموا بتقييم نجاحه بنسبة ٩٥٪ أو أكثر.

▼ ▼ ▼

تحافظ المدربة "ساندي تيلوتسون" على جذب انتباه طلابها باستمرار عن طريق مشاركتهم بلعبة ما. ففي بداية كل تدريب، يسحب كل طالب بطاقة من مجموعة بطاقات تعدها المدربة ويعيدها مرة ثانية، وبعد انتهاء كل محاضرة من محاضرات التدريب، تطرح "ساندي" سؤالاً خاصًا بالبطاقة التي سحبها في البداية، ويقوم الطالب الذي يجيب الإجابة الصحيحة بسحب بطاقة أخرى. وبالتالي؛ كلما زادت إجاباته الصحيحة، زاد عدد البطاقات التي يحصل عليها. وفي ختام التدريب، يقوم كل طالب معه أول بطاقة قام بسحبها باختيار هدية مجانية (والتي عادةً ما تكون كتاب يتناول معلومات عن الكمبيوتر أو أسطوانة كمبيوتر قيمة). وجدير بالذكر أن الطلاب يحبون تلك اللعبة ويشاركون فيها بحماس.

▼ ▼ ▼





لقد أظهر الموظفون بمركز **Colorado Health Sciences Center** في مدينة دينفر الذين شاهدوا أفلامًا تدريبية مضحكة وحضروا ورشًا للعمل انخفاضًا في فترات التوقف عن العمل بنسبة ٢٥٪ وزيادة في الرضا الوظيفي بنسبة ٦٠٪.

مجلة HR Focus، فبراير ١٩٩٣

▼ ▼ ▼

تشاركنا "كاثلين إيريكسون فريمان" - من شركة Interaction Associate - سر حفاظ شركتها على نشاط وحيوية موظفيها؛ فتقول: "تضع شركتنا فترة إجازة سنويًا لتجديد نشاطنا وحيويتنا كموظفيها كما تساعدنا في التواصل مع بعضنا البعض واستعادة طاقتنا. ويتم ذلك من خلال تضمين أنشطة ترفيهية ومرحة في تلك الإجازة في جداول أعمالنا. ومن الأنشطة المفضلة لدينا تنظيم تجمعات لموظفي الشركة، وتقليد ومحاكاة بعض الموظفين السابقين على نحو مضحك، وتقديم المسرحيات المضحكة والحفلات الغنائية في المساء. وأثناء إحدى الإجازات، قمنا بإعطاء كل فرد كاميرا ليتم التقاط الصور التي تُخلِّد ذكرياتنا المرحة حتى تكون وسيلة للترويح عن أنفسنا في أوقات ضغط العمل مستقبلاً".

كانت "ماري ڤوندرا" من أعـضاء فريـق الإبـداع والتطـوير لتطـوير برنامج التدريب الخاص بمستشفى Children's Hospital بمدينة أوموهو بولاية نبراسكا والذي يتمثل دوره في إتاحة الفرصة لطاقم التمريض بأن يدرك أهمية الفرص المتاحة والناتجة عن الإسهام الحكومي الجديد والذي من المفترض تطبيقه في المستـشفى. وقـد ذكـرت أن البرنـامج التـدريبي يهدف إلى تعلم كيفية مواكبة متطلبات الإ الحكومي الجاري، لذلك قدمته في صورة قطار. فارتدى المحاضرون قبعات تشبه تـ التي يرتديها عمال السكك الحديدية وربط مناديل حمراء حول أعناقهم، بينما حصل المتدربون على صفارات تشبه المستخدمة بالقطارات؛ مما أضفى جوًا من المرح على التدريب. وبالإضافة إلى ذلك، تم تأليف وتلحينها بشكل يتناسب مع النشاط الذيـ خلال التدريب. وقد غادر المتدربون جلـ ما زالوا يصفرون ويبدو علـيهم النـشاط والتفـاؤل بـالتغيير الجـاري في المستشفى، وذلك بعد إدراك النتائج التي يمكن تحقيقها نتيجـة للإسـهام الحكومي.

قام المدير العام للفرع الذي يمتلك توكيل شركة Qua Buick dealership بمدينة كليفلاند في ولاية أوهايو بتطوير وسيلة جديدة مرحة ومبتكرة لإكساب طاقم المبيعات لديه مهارة الاستجواب والاستقصاء. فقد أعطى كل مندوب مبيعات عشرة فواتير قيمة كل منها دولار واحد، وطلب منهم ولبقية اليوم الإجابة عن كل سؤال يوجه إليهم بسؤال آخر، على أن يدفع كل من يُجيب عن سؤال بغير سؤال دولارًا على سبيل الغرامة.

"لقد ساعد هذا النشاط على تحفيز الإبداع والحماسة لدى المندوبين، وفي الوقت نفسه حقق الهدف المرجو منه، وهو تركيز الانتباه للاستماع وطرح أسئلة جيدة من أجل تقديم خدمة أفضل إلى عملائنا."

▼ ▼ ▼

جاء وفقًا لمقالة نشرت في فبراير عام ١٩٩٦ في مجلة Training and Development أن مركز Augusta Technical Institute أراد تنظيم تدريب مرح يتسم بالتفاعل بين المشاركين فيه عن كيفية تشكيل فريق عمل تتم مساعدة المشتركين فيه على معرفة بعضهم البعض. ومن ثَمَّ، قاموا بتصميم عمل فني متعدد الألوان ومبهر من جزيئات الفسيفساء

على هيئة قوس قزح، مما جذب المشاركين إلى الالتحاق بالتدريب وتبادل الأحاديث فيما بينهم وأثار لديهم عملية طرح الأسئلة المثيرة للإبداع.

ويرجع اختيار اسم هذا النشاط إلى الشكل الفسيفسائي للصورة النهائية التي ستتشكل من إجابات المشاركين في البرنامج؛ حيث يقوم المشاركون بكتابة إجاباتهم عن مجموعة من الأسئلة التي تكشف عن قِيمهم ورؤيتهم لعلاقاتهم بالعمل على بعض الورق الملون، ثم يتم تعليق هذه الأوراق على الحائط الموجود في الرواق.

وهذه أمثلة من الأسئلة التي وُجِّهت إليهم:

- ما هو أكثر مكان مثير أو غريب زرته أو قضيت إجازتك به؟
- ما أكثر شيء خطير أو مثير أو مخيف أو يحتوي على قدر من المجازفة قمت به طوال حياتك؟
- اذكر اسم شخص (سواء فنان أو أحد الشخصيات الشهيرة حيًا أو ميتًا) تود لقاءه وإجراء حديث معه؟



"المرح هو فرصة الأفراد للابتكار واكتشاف أنفسهم والتعبير عنها بحرية داخل أماكن عملهم."

كاثلين إيريكسون فريمان

Interaction Associate

▼ ▼ ▼

قامت "جيل نيومان" من شركة American Management Systems بعقد دورات تدريبية لتطوير الناحية المهنية لدى حديثي التخرج. ويتضمن التدريب القيام بلعبة ذكية أطلق عليها اسم "لعبة الحياة". والهدف من هذه اللعبة في الأصل هو تمكينك من إدارة حياتك منذ تخرُّجك وحتى وقت تقاعدك. و لكن اللعبة بالشكل الذي تستعين بها "جيل" في تدريبها مستوحاة من النسخة الأصلية للعبة لـ"ميلتون برادلي"، ولكن مع تعديل العقبات والتحديات المهنية بصورة تلائم الأهداف المحددة للتدريب. وتجد "جيل" بأن تطبيق هذه اللعبة على الموظفين الجدد يوفر لهم وسيلة مرحة للتعامل مع المراحل المهمة لتطوير الحياة المهنية.

تُعد الموسيقى إحدى الطرق الشهيرة لتوليد الحماس وإثارة الاهتمام بالعديد من مواد التدريب. وتُفضِّل "ريبيكا روجرز" – المسئولة عن تطوير الجودة في University Hospitals بمدينة أوجستا بولاية جورجيا – استخدام شريط لمجموعة من الأغاني التليفزيونية القديمة المفضلة لها كبداية لتقديم الموضوعات التي سوف يتضمنها التدريب. وتقول "ريبيكا": "يُفضِّل الجيل التالي للحرب العالمية الثانية مثل هذه الألحان، وعلى الرغم من أن مواليد عام ١٩٦٥ إلى عام ١٩٨٠ ينظرون إلينا نظرتهم إلى غرباء الأطوار، فإنهم يعرفون هذه الأغاني".

▼ ▼ ▼

وجد "جورج لينداموود" – من شركة CyberTiger بمدينة سكويم بولاية واشنطن – أن إضافة بعض العناصر التي تضفي طابع الغرابة إلى شرائح العرض الخاصة بالتدريب كفيل بجعلها مستساغة من الجميع. ففي شرائح العرض، يضيف "جورج" بعض الأقوال الساخرة في مربع بخط صغير في نهاية كل شريحة، ويُطلِق على هذه الأقوال "مبادئ جورج للإدارة المتحررة".



في خلال التسعة شهور التالية لعقد ورشة عمل بقيادة "سي. دبليو. ميتكالف" - مستشار المرح بشركة Digital Equipment Group بمدينة كولورادو سبرينجز - قام عشرون من صغار المدراء بزيادة إنتاجيتهم بمقدار ١٥٪ وبخفض أيام التغيب المرضي بمعدل النصف.

مجلة HR Focus، فبراير ١٩٩٣

▼ ▼ ▼

تدرك "روندا ويلي جونز" - من جامعة أيوا بمدينة إيمز بولاية أيوا - طبيعة العلاقة الوثيقة بين التعلم والإبداع. وفي إحدى دوراتها التدريبية، ابتكرت طريقة جديدة للتدريب. تقول "روندا": "لقد طلبت من أحد الرسامين أن يصمم الرسم التخطيطي لمنظر حديقة بحيث يقضي المشاركون في ورشة العمل اليوم في رسم بعض الأشكال وتلوينها. وقد احتوى الرسم التخطيطي على أربع دوائر بحيث تتيح الفرصة للمشتركين بكتابة الأفكار الثلاث أو الأربع التي يرغبون في تذكُّرها أو الأفعال التي يجب القيام بها كنتيجة لهذه الورشة. وقد قمت بتوفير ألوان وأقلام تلوين وأقلام رصاص وطباشير".

وتُعد هذه إحدى الطرق الفعالة للاستفادة من رغبة المشاركين بورش العمل في الرسم في إطار تعليمي. وجدير بالذكر أن رسومهم قد تبدو جيدة إذا تم تعليقها على الثلاجة.

▼ ▼ ▼

تسعى "أولجا راسميسن" - رئيسة قسم بمدرسة Georgetown Visitation الإعدادية - إلى تزامن أوقات إجازاتها مع أوقات إجازات زملائها في العمل. ففي خلال الإجازة الدراسية، قامت "أولجا" بتنظيم إجازة لكل فرد في إطار جدول مليء لمشاركة المواهب الشخصية لزملائها. فقامت إحدى السيدات بتعليم الحضور كيفية صناعة اللحاف وأخرى اليوجا، وقامت ثالثة بتعليمهم كيفية نظم الشِّعر.



"المرح وسيلة للتخفيف من وطأة الضغوط وتقوية الترابط بين الناس، وكذلك تشجيع العمل الجماعي في إطار يختلف عن إطار العمل."

تروباي بروكمان

▼ ▼ ▼

تقوم "ماريا رابر" بطرح خبرتها بالعمل بفنادق La Quinta Inns قائلةً: "يلتحق كل موظف جديد بفترة تدريب يقيم فيها بأحد الفنادق ويمر بالعمل في كل المناوبات وفي كل الوظائف، بما فيها تنظيف المراحيض. وفي نهاية هذه الفترة، يحصل كل موظف على تذكار من فترة تدريبه يحمل صورة لحمام. وجدير بالذكر أنني أفتخر بعرض التذكار الذي يخصني على الرغم من تركي العمل هناك".

▼ ▼ ▼

بجانب كم المعلومات الأساسية الهائل الذي يتم طرحه على الموظفين الجدد في الجولة التعريفية، فاجئهم بإعطائهم كُتيبًا يضم بعض الأشياء المضحكة. قد يحتوي هذا الكتيب على صور بسيطة أو دفتر ملاحظات يضم بعض الرسوم الكرتونية أو القصص القصيرة

التي تحمل خبرات حياتية. وتستخدم شركة The Original Copy Center - التي مقرها في مدينة كليفلاند بولاية أوهايو – مثل هذه الكتيبات الطريفة كهدايا دعائية خلال المعارض التجارية. ودائمًا ما يتوافد الناس على مقر تمثيل هذه الشركة بالمعارض للحصول على تلك الكتيبات الطريفة.

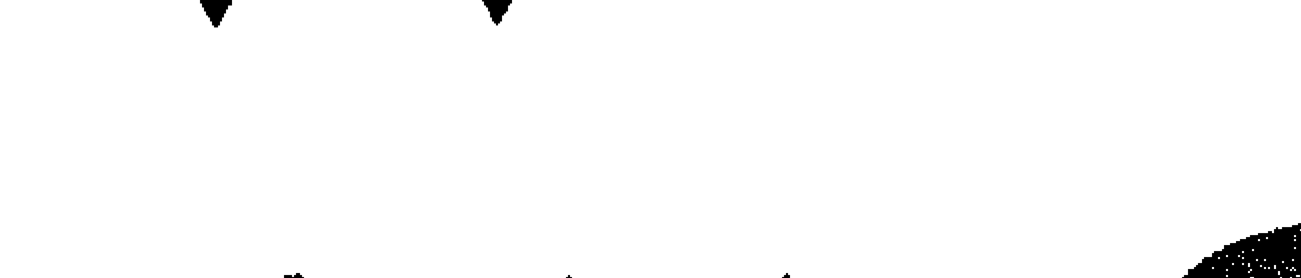
▼ ▼ ▼

كوسيلة لتلطيف وتخفيف الخجل الناتج أثناء التعريف بالموظفين الجدد، يمكنك تقديم اسم كل موظف في صورة لعبة الكلمات المتقاطعة أو لعبة الحروف غير المرتبة.

▼ ▼ ▼

ذكرت "بريندا بيك" في سبتمبر عام ١٩٩٥ في جريدة Personnel Journal، أن الموظفين الجدد بشركة Southwest Airlines مُطالَبين بمشاهدة مجموعة من أفلام الفيديو لبعض الجولات التعريفية. وفي أحد تلك الأفلام، قام الموظفون بتقديم مهامهم الوظيفية بطريقة

موسيقية راقصة، وقد كان "هيرب كيلر" - مدير الشركة - ممن شاركوا في هذا الفيلم.





"تصبح الحياة جميلة عندما تجد في عملك متعة، بينما تصبح نقمة حين يكون عملك مضنيًا."

ماكسيم جوركي

▼ ▼ ▼

تستخدم شركة Nokia Mobile Phones بمدينة سان دييجو بولاية كاليفورنيا نظام الجولات الثنائية التعريفية للموظفين الجدد. فيقوم كل موظف قديم بمصاحبة موظف جديد لتفقد المكان، ثم يصطحبه لتناول الغداء في يومه الأول بالعمل ومساعدته على ترتيب مكان عمله الجديد (بما في ذلك تعليق لافتة تحمل اسمه). وتمنح الشركة الموظفين الجدد هدايا ترحيب في أول يوم عمل لهم مثل تي شيرت وكوب لتناول القهوة لتخليد ذكرى أول يوم من الالتحاق بالعمل.

▼ ▼ ▼

أثناء تقديم "ديفيد برايسون" – أحد أعضاء فريق قسم التـدريب في شركـة Software Training Service Inc. – أيـة دورة تدريبيـة عـلى الكمبيوتر، يدعم الأفكـار الأساسـية في التـدريب ويوضـح أهميتهـا للمتدربين باستخدام أصوات الحيوانات. فعـلى سـبيل المثـال، يقـوم بإصـدار صـوت "شِي" – وهـو الـصوت المـستخدم مـن قِبَـل السائس لدفع الحمار على التحرك – لتنبيه فرد مـا بأنـه يـستحوذ عـلى الكمبيوتر.

▼ ▼ ▼



"خـلال الـدورات التدريبيـة، يولـد المرح الحماسـة والإثـارة بالإضافة إلى الإعجاب. وأعتقد أن الإثـارة الناتجـة عـن القيـام بأمور غير اعتيادية بمقر العمل توجد حافزًا لدى الأفـراد عـلى العمل."

إيزابيلا لاباربرا

من كبار مديري إدارة البرامج بشركة Com Ed

▼ ▼ ▼

التعلم مهمة مرحة في سلسلة محلات The store of knowledge

إلى أي مدى يمكن لقنوات التليفزيون المحلي أن تكون مرحة؟ إلى درجة كبيرة - إذا اعتبرنا وجود قنوات لسلسلة محلات The Store of Knowledge التي تقع مقرها في ولاية لوس أنجلوس هو المقياس لذلك. فبمجرد دخولك لهذه المحلات، فإن أول ما سيلفت انتباهك هو أن كل شخص يلهو بشيء - حتى الموظف الموجود عند الباب - ليأسر انتباهك بها في يديه. وبمجرد تفحصك للألعاب الموجودة بها، ستُبدي اهتمامًا لاإراديًا بها.

اللعب هو السياسة الربحية في الشركة

إن سلسلة محلات لعب الأطفال التعليمية تلك هو نتاج تضافُر جهود كلٍ من شركة Lakeshore Learning Materials التعليمية والتليفزيون المحلي، وهي تهدف إلى توفير فرص التعلم لمدى طويل للمجتمع، وكذلك توفير الدعم المالي والمفاهيم التعليمية اللازمة للتليفزيون المحلي. وتُعد شركة Lakeshore ذات رأس مال قدره مائة مليون دولار ويتمثل نشاطها في إعداد كتالوجات المبيعات كما أنها واحدة من أكبر الشركات الرائدة في توفير المواد التعليمية عالية الجودة، بالإضافة إلى امتلاكها ستة منافذ لبيع الألعاب والمواد والتجهيزات التعليمية بالتجزئة.

يعتبر "اللعب" هو محور إدارة العمل في سلسلة المحلات تلك، ومع

اللعب يأتي المرح؛ فكل شيء هناك مخصص للعب. وقد تم اختيار الموظفين بناءً على دماثة أخلاقهم وطبيعتهم الاجتماعية لجذب انتباه العميل للدرجة التي تدفعه إلى تجربة الدُّمى والألعاب والأدوات المعروضة؛ وذلك لأن القاعدة الأولى في البيع هي جعل العميل يشعر بالراحة تجاه الأشياء الجديدة والأفكار المبتكرة مما يدفعه للإقبال عليها. ولا توجد وسيلة لحدوث ذلك إلا إذا قام العميل نفسه بتجريب اللعبة.

وقد شهد ربيع عام ١٩٩٤ افتتاح قناة KCET بالتليفزيون المحلي لمدينة لوس أنجلوس كقناة خاصة بفرع هذه المحلات في هذه الولاية. وفي نوفمبر ١٩٩٦، تم افتتاح قناة WVIZ بالتليفزيون المحلي لولاية أوهايو بمدينة سترونجزفيل، حيث اعتبر الفرع الخامس والعشرين من هذه السلسلة من المحلات. ويمتلك التليفزيون المحلي أسهمًا في سلسلة المحلات تلك وأسهمًا في عوائد الربح. ولقد حمل كل فرع من هذه المحلات بشكل قانوني ورسمي اسم القناة التليفزيونية التي افتتحها في التليفزيون المحلي الخاص بالمنطقة.

ونظرًا لارتباط هذه المحلات بقنواتها الموجودة في التليفزيونات المحلية، توفر خدمة بث تليفزيوني للعامة لبرامج قنواتها، بدءًا من عروض "بارني" إلى عروض "بافاروتي". وفي القسم الخاص بالأطفال بكل فرع، تم وضع شاشات على بُعد ١٥ سنتيمتر من الأرض، والتي تقوم بعرض مستمر لبرامج الأطفال التي تُعرَض على التليفزيون المحلي.

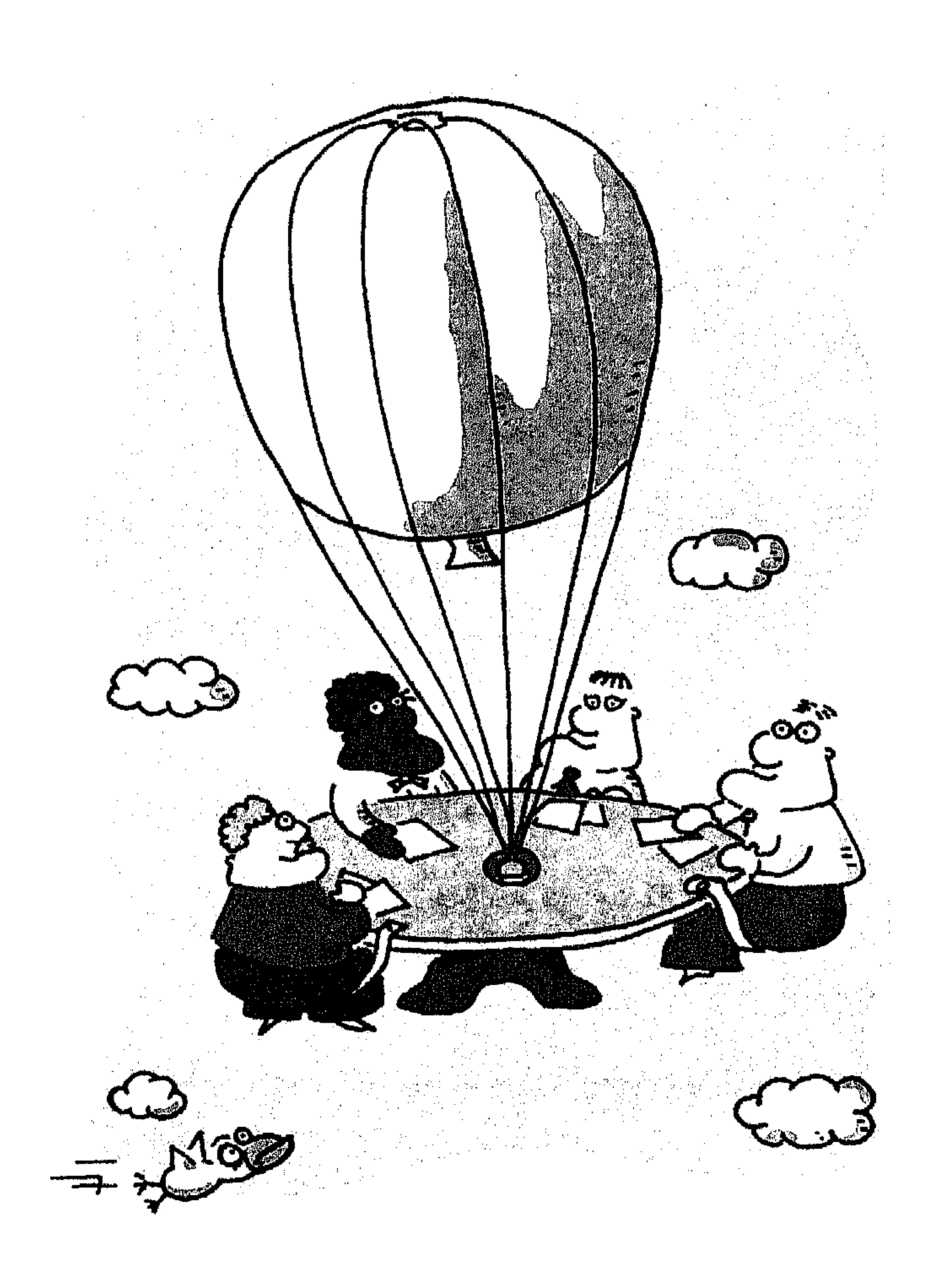
متعة العقل والترويح عنه

لطالما كنت تعتبر عروض التليفزيون المحلي مملة وغير ممتعة. ولكن الطابق الذي يوجد به أحد فروع هذه المحلات بأي سوق تجاري يكون الأكثر ازدحامًا. ففي الوقت الذي يبلغ فيه عدد العملاء في محلات أخرى ثلاثة أو أربعة، يبلغ عدد العملاء الموجودين بأحد هذه المحلات ثلاثين أو أربعين عميلاً. وأبرز مثال على ذلك، فلقد شهد الفرع الخاص بمدينة سترونجز فيل بولاية أوهايو إقبالاً شديدًا بعد مضي ثلاثة أسابيع على بدء تشغيله، للدرجة التي جعلتهم يقومون بتخصيص اثنين وعشرين موظفًا للعمل حتى الصباح لإعادة ملء الأرفف بالبضاعة.

ويبلغ متوسط بقاء العميل بأي من هذه المحلات أكثر من ساعة. ويمكن لأي مدير مبيعات أن يخبرك أنه بزيادة المدة التي يقضيها العميل في المحل وبزيادة انشغاله بالمنتج، تزداد احتمالية شرائه للمنتج؛ فالمرح حتمًا أفضل وسيلة لتحقيق مبيعات عالية.

فالنجاح الملحوظ لسلسلة المحلات تلك يرجع إلى سياسته، وهي السياسة التي تشجع العميل على الاستمتاع بتجريب المنتجات والاستمرار في اللعب بها قبل شرائها.

وبعد كل ذلك، هل كنت تتوقع تعلُّم ما تعلمته من التليفزيون المحلي؟



استمتع بوقتك في الاجتماعات

الفصل الرابع

استمتع بوقتك في الاجتماعات

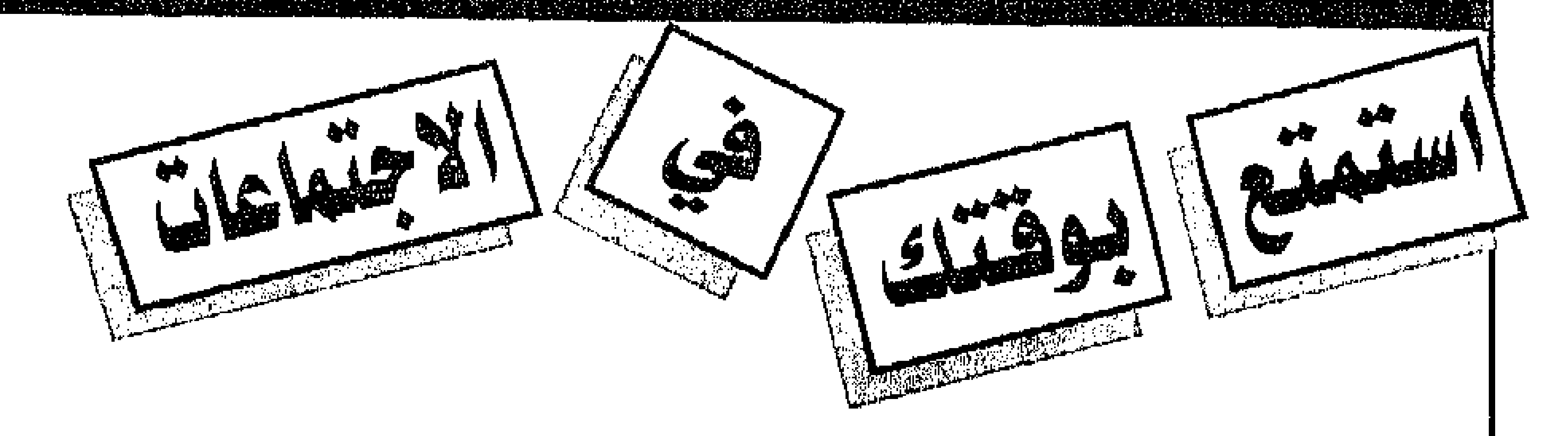
يقضي رجال الأعمال الأمريكيون ملايين الساعات في عقد الاجتماعات كل سنة. ولكن هل ننجح في إنجاز نتائج هذه الاجتماعات من أجل إيجاد الدليل على نجاحنا في استثمار كل هذا الوقت بشكل صحيح؟

يمكن للمرح أن يكون بمثابة العامل المحفز في نجاح أي اجتماع. فإذا تم إضفاء المرح والدعابة بصورة ملائمة على جو أي اجتماع، فقد يساعد ذلك في تخفيف وطأة الضجر من حضور الاجتماعات، كما قد يساعد في إزالة الفوارق الوظيفية؛ مما ينتج عنه تبادُل ناجح للحوار وتشجيع الجميع في قرار تحمل المجازفة وكذلك مشاركة الأفكار.

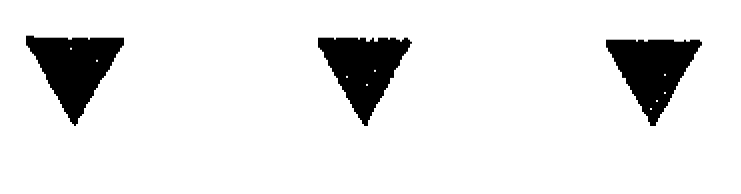
احصل على الاستفادة القصوى من الاجتماعات، وذلك عن طريق جعلها أكثر فاعلية. تحدَّ نفسك بتضمين بعض الأفكار الجديدة في اجتماعك المقبل. وجدير بالذكر أن البالغين يُظهِرون مقدرة أكبر على استيعاب المعلومات وحفظها عن طريق المشاركة والتفاعل، كما أنهم

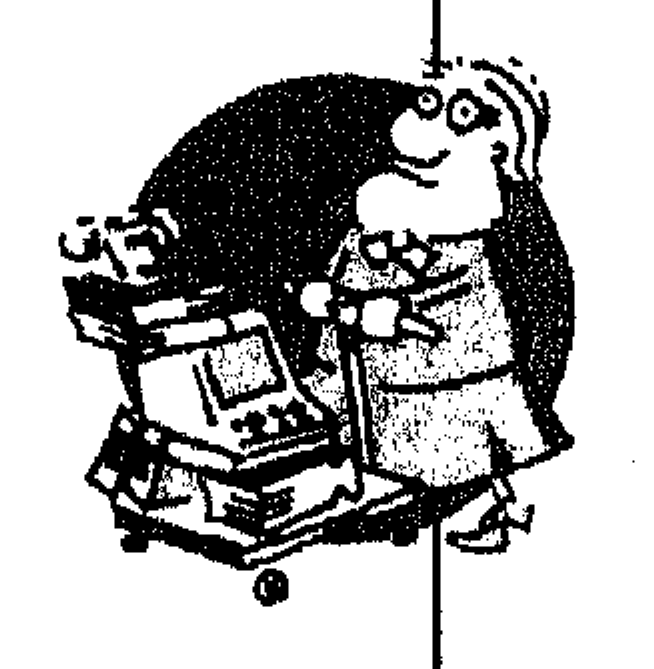
يستطيعون التعامل مع ما يتوفر لهم من معلومات والاستفادة منها بصورة أفضل إذا استطعت إشراك حواسهم في عملية معالجة المعلومات. ومن ثَمَّ؛ استفِد من هذه الفرص الخاصة في كل مرة تجتمع بموظفيك، وذلك بأن تُقدِّم إليهم شيئًا يستخدمون فيه حواسهم مثل شيء ليروه أو ليسمعوه أو ليلمسوه بأنفسهم.

قم بإضفاء لمسات من المرح والدعابة على اجتماعاتك وجلسات العرض التي تقوم بها، واكتشف إلى أي مدى يؤثر ذلك على موظفيك ليكونوا منتجين ومبدعين.



لقد اكتشفت شركة Liberty Toy Company أن الطريقة المُثلى لحث الموظفين على التحدث بحرية ومشاركة أفكارهم هي تزويدهم بلعبة التصويب بسهام مطاطية. ويمثل مندوبو المبيعات والمحاسبون المقاتلين في هذه المعارك قبل بدء الاجتماعات؛ حيث يستطيعون أن ينفسوا عن غضبهم من خلال شجار مرح قبل البدء في مناقشة الأعمال. وقد أدركت الشركة أن استخدام المرح كوسيلة لتلطيف الأجواء يُعد - أحيانًا - الطريقة المثلى لبدء اجتماع بَنَّاء. ولذلك؛ أعطوا أفراد فريق العمل مجموعة من الألعاب المختلفة، ولكن أشهر ما حصل عليه الموظفون هو البنادق اللعبة ولعبة التصويب بسهام مطاطية.





يمكن الحصول على المرح باستخدام بعض اللُّعب المصنوعة من المطاط. وتُعد شركة Kenner من أفضل شركات اللُّعب المطاطية المعروفة تجاريًا باسم Nerf. ومن أفضل اللُّعب المطاطية التي تنتجها هذه الشركة الأسهم والرامي وكذلك العديد من الكرات. وتُعد شركة Kenner أحد أقسام شركة Hasbro Toys، والتي مقرها مدينة بوتوكيت بولاية رود أيلاند.

تقوم العديد من الشركات الناجحة بتوضيح أهداف العام المقبل وجدول الأعمال خلال الاجتماع الذي يُعقَد في بداية السنة المالية. ومن ثَمَّ؛ لم لا تقوم بما قامت به شركة Alltel Corporate Services بمدينة ليتل روك بولاية أركانسس؟ فقد قدَّمت هذه الشركة مسرحية كوميدية قصيرة توضح فيها جميع أمور الشركة خلال العام القادم، بما في ذلك أهدافها. وقد شهد آخر اجتماع سنوي تقديم عرض مسرحي مُستوحى من الشخصية الكرتونية "الساحر أوز". وقد لجأت الشركة إلى هذه الطريقة على مدار العام من أجل تعزيز أهدافها وتوضيحها.

▼ ▼ ▼

بعد قضاء أسبوع من التدريب المضني، قامت "مايو نيلاند" – من مؤسسة Texas Association of School Boards – باستضافة فريق عمل يُدعى "الاسترخاء والانتعاش" لتجديد الحيوية والنشاط بين موظفيها. وقد أثر هذا الفريق كثيرًا على "مايو" وفريقها حتى رأوا أنه يمكن أن يُطلَق على هذا الفريق نفسه اسم "شكوى أقل" أو حتى "آلام أقل". وبغض النظر عن الاسم الذي اختاروه، فقد جاءت النتائج مبهرة. فيا لها من طريقة رائعة للتنفيس عن الضغط والاستمتاع بعد إنجاز العمل!



"دع القلق وكُن سعيدًا."

بوبي مكفيرن

موسيقي

▼ ▼ ▼

ابدأ اجتماعك بأن تطلب من كل فرد إكمال الجمل الناقصة؛ مثل:

"سيكون من الممتع إذا..." أو "من أكثر الأشياء التي رأيتها مرحًـا في العمل...".

لا تدع الإحباط يصيبك إذا استغرقت بعض الوقت لإشاعة جو مـن المرح؛ فبمجرد انطلاق الشرارة الأولى للمـرح، سـتتولد الطاقـة الدافعـة لاستمراره حتى انتهاء الاجتماع.

ويمكنك أن تبدأ الاجتماع بكتابة بعض العبارات على أوراق العرض أو على اللوحة التوضيحية البيضاء الكبيرة؛ مثل:

"كلمة اليوم"، أو "إذا كنت الرئيس، فسوف أقوم بـ..."، أو "أكثر ما يزعجني أن...".

بعد ذلك، اطلب من الأشخاص كتابة قائمة بهذه الأشياء. وجدير بالذكر أن هذا تدريب تمهيدي للحث على التفكير الإبداعي في بداية الاجتماع.

يمكنك تعليم كيفية سير الاجتماعات بطريقة فعّالة للموظفين عن طريق القيام بمحاكاة تمثيلية لما يحدث في الاجتماعات مستخدمًا الشخصيات الرئيسة البارزة الموجودة في أي اجتماع مثل المقاطع والثرثار والنائم والضليع في كافة الأمور. وسيشارك الموظفون في المواقف الساخرة التي تحدث في الاجتماعات، وبذلك سيتذكرون غالبية المعلومات.



المرحة

دائماً ما يتطلع كلٌّ من "إيفلن" و"فران جيرارد" – أصحاب مركز Forum Conference Center – إلى إيجاد طرق جديدة ومختلفة لجذب المؤسسات لعقد الاجتماعات في وحدات الاجتماعات التي يوفرانها. وحديثًا، اكتشفا طريقة فعالة لها مفعول السحر، ألا وهي مجموعة ألعاب POW! kit. فباستطاعة منظمي الاجتماعات الحصول على هذه المجموعة، التي تحتوي على مضارب لينة للبيسبول وكرات مطاطية من شركة Nerf وبنادق الأطفال التي تُطلِق الأسهم والطائرات الخشبية ومفاجآت أخرى ممتعة، واستخدامها في غرفة الاجتماعات لإشاعة روح المرح بين الحضور. وقد ذكر عملاء الشركة أن هذه المجموعة من الألعاب تساعد على الإبداع وتضفي جوًّا من الارتياح، كما تعمل على نشر الابتسامة والضحك وعقد اجتماعات مرحة لا تُنسى.





يذكر الدكتور "ويليام فري" – من كلية الطب جامعة ستانفورد – أن الضحك يساعد على الحفاظ على الأوعية القلبية في حالة جيدة، وذلك عن طريق خفض ضغط الدم ومعدل ضربات القلب، كما أنه يسكن الشعور بالألم ويزيد من تدفق الدم ويعمل على زيادة المناعة وتقليل مستوى الهرمونات التي تسبب التوتر. وكل ذلك بدوره يُحدِث تأثيرًا إيجابيًا على إنتاجية الفرد وإبداعه.

براد فورد سويفت

مجلة HR Magazine، مارس ١٩٩٤

قرر العديد من الموظفين بدار نشر Berrett-Koehler Publishers بسان فرانسيسكو العمل بدوام كلي في المنزل. ومن ثَمَّ، تُعد الاجتماعات الشهرية هي المناسبة الوحيدة التي يجتمع فيها الموظفون جميعًا. وفي محاولة من الشركة لإطلاع كل الموظفين على المعلومات والمستجدات بها، قامت بتخصيص بعض الوقت لهذه المهمة في كل اجتماع. كما تم حث الموظفين على مشاركة نجاحاتهم أو سرد الأخبار المتعلقة بعملهم، وكذلك مشاركة بعضهم البعض في تجاربهم الشخصية والسيئة. وغالبًا ما يُحضِر الموظفون صورًا لعطلاتهم وأطفالهم وحتى حيواناتهم الأليفة ليطلعوا زملاءهم عليها.

▼ ▼ ▼

عجزت إحدى الشركات التي يقع مقرها في مدينة سياتل عن إحراز أي تقدم بسبب المشاعر والأجواء السيئة التي تسود اجتماعاتها؛ الأمر الذي دفع بالكثيرين من موظفيها إلى الشعور بالرغبة في عدم حضور هذه الاجتماعات الشهرية. وفي محاولة لإضفاء المرح على هذه الاجتماعات وجعلها جذابة في عيون الحاضرين، نظَّم العديد من الأشخاص المسابقات التي تُعقَد في فترات الاستراحة أثناء الاجتماع. وتُعد مسابقة تكوين كلمات مختلفة من عدة أحرف متفرقة من أشهر المسابقات التي تُعقَد. وقد ثبُت أن هذه المسابقات تؤتي ثمارها كوسيلة لإضفاء المرح، ولتنشيط ذهن الحاضرين وتجديد نشاطهم وطاقتهم.



"ينقضي الوقت سريعًا حين تقضيه في عمل شيء ممتع".

▼ ▼ ▼

قام أحد مكاتب شركة Arthur Andersen بتغيير نمط اجتماعاتهم الأسبوعية إلى محادثات أثناء احتساء القهوة لمدة نصف ساعة في الهواء الطلق. ويتمثل التحدي مع ذلك التغيير في إيجاد طريقة مبتكرة لتبادل المعلومات والحديث في هذه الفترة القصيرة. فعلى سبيل المثال، عندما رغب فريق الإنتاج في إبلاغ أفراد القسم جميعًا بالتغيرات التي طرأت في القسم بالنسبة لإعادة توزيع الأدوار والمسئوليات، نظموا عرضًا مسرحيًا؛ حيث ارتدوا الأزياء المناسبة له وقدَّموا برنامجًا حواريًا مضيفته "سالي جيسي رافيل"، وقد كانت فقرة رائعة ومرحة. وتجدر الإشارة إلى أن الطعام يكون متوافرًا أغلب الوقت؛ مما يدفع الأفراد إلى المشاركة. ومن ثَمَّ؛ أصبح كل فرد يتطلع إلى حضور هذه الاجتماعات الأسبوعية.

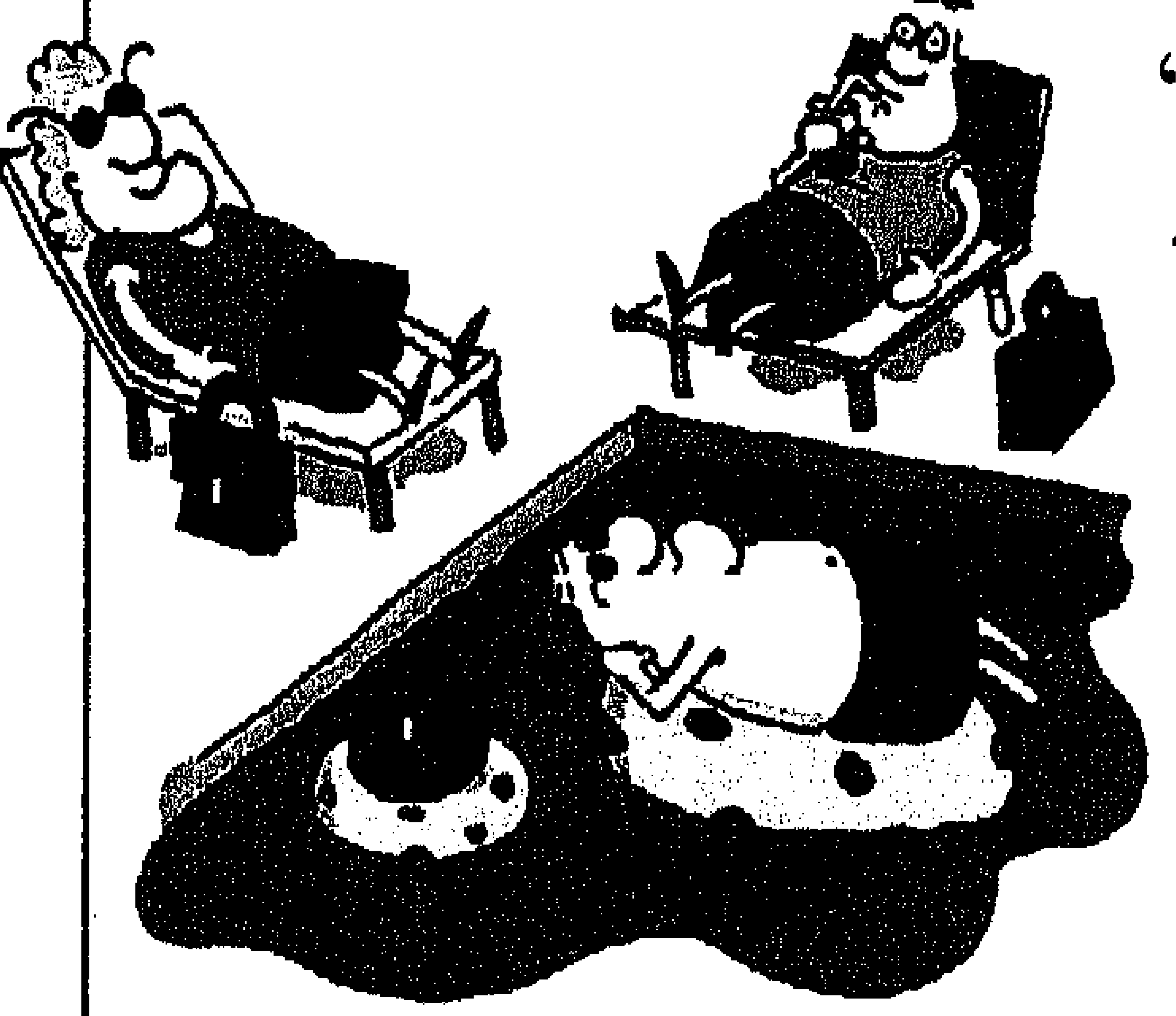
▼ ▼ ▼

لا يوجد شخص يحبذ فكرة البقاء في غرفة مغلقة ليستكمل الخطة السنوية أو الميزانية السنوية. ومن ثَمَّ؛ ضع في حسبانك فكرة تغيير المكان

من أجل إضفاء الحيوية على اجتماعك المقبل؛ فربما يتسبب تغيير البيئة المحيطة في تغيير طريقة تفكيرك في الأمور.

فقد شارك "جو مولينكس" - مسئول التنمية الإدارية بمجموعات شركات Hoechst Celanese Chemical Group - في أحد الاجتماعات التي تم عقدها بجانب حوض سباحة؛ حيث تم تشجيع الموظفين على ارتداء الملابس غير الرسمية والاستمتاع بتناول الغداء في الهواء الطلق. وقد ظهر الارتياح على وجوه الجميع؛ مما نتج عنه نجاح أول اجتماعاتهم لإعادة هيكلة أقسام الشركة.

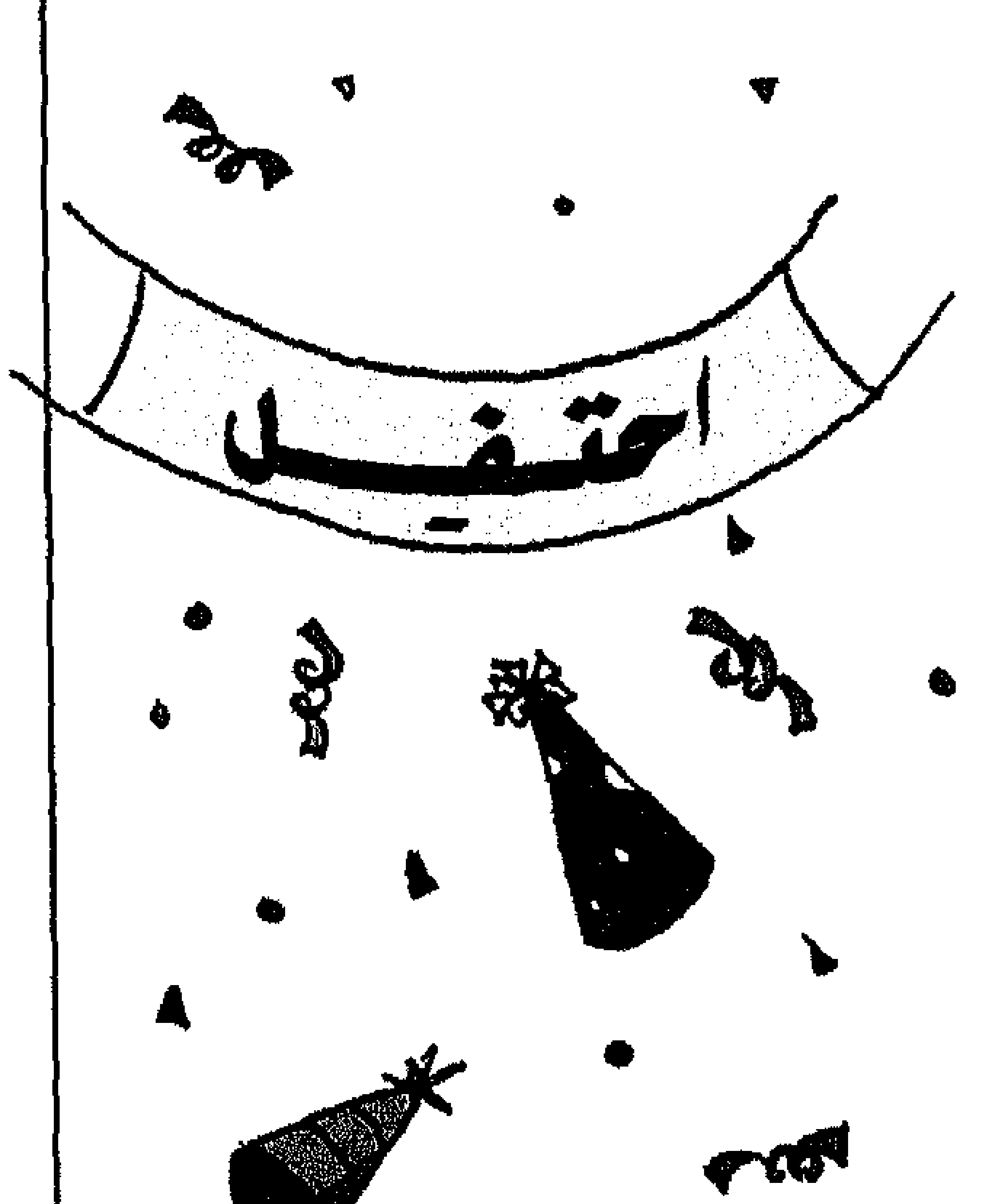
ويحاول "دين مارتينز" - من شركة Charles Machine Works بمدينة بيري في ولاية أوكلاهوما - إضفاء الحيوية والمرح على اجتماعات شركته، وذلك عن طريق عقد هذه الاجتماعات في أماكن مختلفة؛ حيث يُفضِّل الأماكن التاريخية المحلية، والتي نادرًا ما يزورها المحليون. ويؤيد "دين" شعار الشركة: "من الجيد قضاء وقت ممتع أثناء العمل."





لكي تضفي المرح على اجتماعاتك، عليك الإطلاع على بعض الأفكار الجديدة المتوفرة في الكتب وأفلام الفيديو المتخصصة. فسوف تساعدك هذه السبل في إضفاء حِس الدعابة على اجتماعك المقبل.

▼ ▼ ▼



أضافت "جريس نونان كاي" أحد الطقوس المرحة إلى موقعها الوظيفي الحالي بجريدة Portland Newspapers. فكبداية للاجتماعات، يتم تشجيع الموظفين على مشاركة بعضهم البعض في الاحتفال بالمناسبات؛ سواء أكانت خاصة أم متعلقة بالعمل. كما يتم تشجيعهم على التقدم بإحدى شكواهم. وتُعد هذه الطريقة من الطرق الفعالة لتصفية الأجواء قبل البدء في مناقشة الأعمال.

يُعد المرح إحدى الطرق الفعالة لإنشاء العلاقات؛ فهو السمة التي يمكن أن تميزك عن غيرك. ومن ثَمَّ؛ إذا قامت شركتك بالمشاركة في المعارض التجارية كوسيلة لإنشاء علاقات مع عملاء، فضع في حسبانك إضافة المرح والدعابة إلى سياستك في العرض.

على سبيل المثال، لقد شهد مقر تمثيل شركة Ehmke Movers بمدينة سنسناتي بولاية أوهايو في أحد المعارض التجارية التي نظمت مؤخرًا ازدحامًا لا مثيل له؛ حيث انغمس الحضور في محاولة منهم للتوصل إلى حل اللغز المصنوع من المطاط المزين بشعار الشركة. ويسمى هذا اللغز "Snafooz"، ويحتوي على ست قطع مطاط ملونة تتحد معًا لتشكيل مكعب - وهذا إذا استطعت التوصل إلى الحل.

وأثناء انغماس العملاء في محاولة التوصل إلى حل هذا اللغز، فإنهم يقومون بإنشاء العلاقات مع ممثلي الشركة الموجودين بمقر تمثيل الشركة بالمعرض التجاري. وهكذا يمكن للمرح والعمل أن يجتمعا معًا لإنشاء علاقات طويلة الأجل.

▼ ▼ ▼



"المرح لا يتسبب في إعاقة العمل، بل يعمل على تقوية أواصر العلاقات داخله بين الأفراد."

لي مكجرات

من شركة Cambria Consulting, Inc.



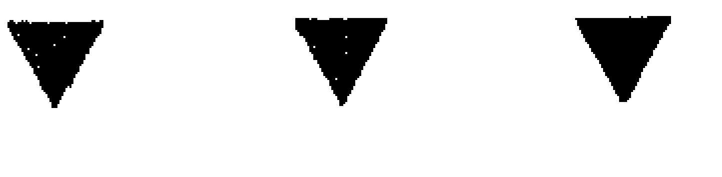
تقـوم شركـة Madison Area Quality Improvement Network بولايـة وسكونسين بعقد اجتماعات أسبوعية لطاقم العمـل، يقوم فيها كل فرد من طاقم العمل في كل مرة بتنظـيم الاجتماع. وفي إحدى المـرات، طالـب المسئول عـن تنظيم الاجتماع كل فرد بإحضار صورة شخصية له حين كان طفـلاً. بعـد ذلك، حاول كل فرد التوصـل إلى صـاحب الـصورة. وقـد أثبتـت هـذه الطريقة فاعليتها في تلطيف الأجواء لبدء الاجتماع.



▼ ▼ ▼

يذكر "مارك ليبوفيتش" في إحدى مقالاته التي نشرت في ٤ أغسطس ١٩٩٦ في جريدة San Jose Mercury، أن "بوب لـورد - رئـيس شركـة Emerge Consulting بمدينة بالوالتو بولاية كاليفورنيا - يُرجِع الفـضل في نجاح شركته إلى لعبة "سيلي باتي". فقـد أحـضر فريـق الاستـشارات المتخصص في تكنولوجيا الإنترنت بشركته كميات كبيرة من لعبة "سـيلي بـاتي" إلى الاجتماعـات. ويقـول نائـب مـدير الـشركة "جيـف ليـان": "بالاستعانة بلعبة "سيلي باتي"، نؤمن بقدرة الأفـراد عـلى اقـتراح أفكـار جديدة ومبتكرة في سهولة ويسر".

ويقومون بشراء هـذه اللعبـة مـن "سـارة فيرجسون" - مـن فنيـي الشركة والمعروفة بلقب "ملكة المـرح". وبالإضـافة إلى اللـون الـوردي للعبـة "سـيلي بـاتي"، تُـضيف "فيرجـسون" اللـون البمبـي والأصـفر والأزرق إليها .





تذكر "إيفلن جيرارد" —من مركـز Forum Conference Center - أن أهـم ما تقدمه إلى عملائها الذين يهدفون إلى تـأجير إحـدى قاعـات الاجتماع في مركزها هو صندوق للألعاب. فهـي تعتقـد أن كـل قاعـة للمؤتمرات لا بـد أن تحتـوي عـلى صـندوق بداخلـه بعـض الألعـاب؛ للحث عـلى الإبـداع وتقليـل الـضغوط وتقويـة العمـل الجماعـي بـين الحضور.

▼ ▼ ▼

تقوم شركة .Human Dynamics, Inc بعقد اجتماعات يتم فيهـا تـشجيع الحضور على قذف بعض الكرات المطاطية على كل موظـف يتـأخر عـن الحضور أو يتفوه بكلام غير لائق. وفي الوقـت الحـاضر، يحـضر أغلـب

الموظفين في مواعيدهم المحددة؛ لانتهاز الفرصة وصب جم غضبهم على الموظفين المتأخرين.

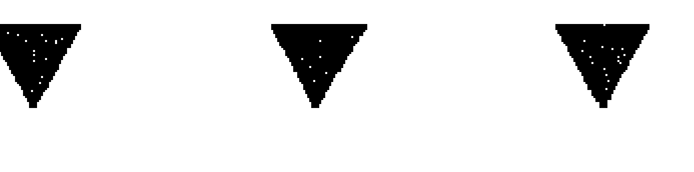
▼ ▼ ▼

يمكن لبيانات خطة الأهداف أن تكون من أكثر الأشياء الباعثة على الضجر والملل في العمل بالنسبة للموظفين. لذلك؛ قرر فريق العمل بـ University Hospitals – الواقعة بمدينة أوجستا بولاية جورجيا – نظم خطة أهدافهم مقفاة وترديدها في بداية كل اجتماع. وحين يتمكن السأم منهم، يقومون بترديد هذه الخطة مع الرقص على نغمات موسيقى صاخبة منعشة.

▼ ▼ ▼

تُعد لعبة اكتشاف الجاني من أشهر الألعاب التي تُقام في الحفلات. ففي هذه الحفلات، يقوم جماعة من الأفراد بتشخيص الأدوار في لغز الجريمة المعد سلفًا، ويتم كشف معلومات عن المشاركين خلال اللعبة حتى يتم

التوصل إلى حل اللغز بنهاية الحفلة. وقد قامت شركة Human Dynamics بإضافة قليل من المرح إلى اجتماعاتهم الأسبوعية، وذلك عن طريق قضاء النصف ساعة الأولى من الاجتماع في لعب لُعبة اكتشاف الجاني. وقد أشارت "أيلين دوز" إلى أن هذه اللعبة كانت وسيلة رائعة لجعل الاجتماعات مثمرة وأكثر انفتاحًا. ومن المثير للدهشة أنه طوال فترة اللعبة، والتي قد تستمر من ستة إلى ثمانية أسابيع، لن تستطيع التأكد مما إذا كان زملاؤك في العمل مستمرين في تقمُّص الشخصيات أم لا. ولذلك تذكَّر: أن تكون يقظًا.



"أول مرة أديت فيها دور مديرة بإحدى المسرحيات الهزلية أثناء اجتماع الشركة، أدركت قوة التمثيل الكوميدي دون تكلف أمام الجمهور؛ حيث كان الإعجاب الشديد والاحترام الكبير شعورين غامرين".

سنثيا لهوس

جريدة At Work نوفمبر/ ديسمبر ١٩٩٦

▼ ▼ ▼

يحكي "جون كيس" في مقاله Corporate Culture الذي نشر في عدد نوفمبر ١٩٩٦ في مجلة .Inc عن "ريتشارد بلوك" المدير التنفيذي لشركة AGI, Inc. بقرية ميلروزبارك بولاية إلينوي الذي يتحدى نفسه بالإجابة

عن أصعب الأسئلة التي يوجهها إليه موظفوه في اجتماعاتهم الشهرية، حيث سيسمح "بلوك" بأن يتم استجوابه عن كل ما يتعلق بالشركة، ويتم مكافأة صاحب أصعب سؤال.



ويعتقد "بلوك" أن هذه الاجتماعات تساعد على إيجاد التواصل المفتوح بين الجميع وتوضيح رسالة أنهم جميعًا موضع مساءلة من قِبَل بعضهم البعض. وكذلك يرى "أنهم يتمكنون من الحفاظ على اجتماعاتهم مثمرة عن طريق تشجيع المناقشات المفتوحة والبحث الدائم عن أفكار

جديدة؛ فهذه هي البيئة الدافعة إلى التجربة وتحمُّل المسئولية لمواجهة مشكلة ما بدلاً من تجاهُلها".

▼ ▼ ▼

نجح "برادلي ويلكنسون" بمدينة أتلانتا بولاية جورجيا في نقل المطبخ إلى غرفة الاجتماعات. ومن أكثر الاجتماعات التي عقدها جدوى ذلك الاجتماع الذي قام فيه كل الحضور بالمساهمة في تحضير مائدة الاحتفال أثناء الاجتماع، وهو الأمر الذي كان أكثر إمتاعًا وأقل تكلفةً مقارنةً بإذا ما تم عقد هذا الاجتماع في أحد الفنادق. وتُعد مشاهدة أفلام الفيديو الخاصة بالتدريب مع أكل الفيشار من الاجتماعات المفضلة لديه. فإذا كنت مضطرًا إلى مشاهدة مجموعة من أفلام الفيديو الخاصة بالتدريب، فيُفضَّل أن تحضرها مزودًا بكميات من الفيشار.

▼ ▼ ▼



"المرح يُعين على الإبداع وإطلاق العنان من أجل إيجاد أفكار جديدة."

ديف ويتلينج

من شركة OOED



"تتحقق الجدوى من العمل في وجود الحب."

خليل جبران

▼ ▼ ▼

يستخدم مركز العناية بالصحة HealthEast بمدينة سانت بول بولاية مينيسوتا الطعام بصورة غريبة. فتصف "كارولين شيك" أحد اجتماعاتهم العادية فتقول: "تقوم مجموعة من الأفراد أسبوعيًا بعقد اجتماع لوضع خطة عمل المؤسسة. ويتم إحضار موزة متحجرة في كل اجتماع، ويتم تبادُلها بين الأعضاء كمكافأة على الأنشطة المختلفة. وقد تم العثور على هذه الموزة في أحد أدراج مكتب قديم بداخل حجرة الاجتماعات، والآن يتم استخدامها كتميمة للحظ وللاختبارات المعملية في آنٍ واحد. وهذه العملية مستمرة منذ عامين تقريبًا. وعلى الرغم من أن ذلك يبدو سخيفًا، فإننا نستمتع به".

▼ ▼ ▼

أحيانًا، ينصب اهتمامنا الأول في الاجتماعات على الأمور غير المجدية بدلاً من مناقشة المشكلات المُلِحة. قم بإضفاء الحيوية على اجتماعك عن

طريق التعبير عن شكرك لأي شخص قام بعمل ما يتماشى مع مهمة المؤسسة، وعبِّر عن تقديرك لخدمات الأفراد بالوقوف والتصفيق الحار لهم.

▼ ▼ ▼

تستقي بعض الشركات أفكارها من كتاب Six Thinking Hats للكاتب "إدوارد ديبونو". والفكرة الرئيسة تتمثل في ارتداء المشاركين في الاجتماع قبعات ذات ألوان مختلفة؛ سواء أكانت مجازية أم حقيقية؛ وذلك للتعبير عن الطرق المختلفة للتفكير. فعلى سبيل المثال، يكون الشخص المرتدي القبعة الزرقاء مسئولاً عن تقديم النظرة الأعم للأمور، ويمثل الشخص المرتدي القبعة السوداء دور حليف الشيطان الذي يدافع عن قضية خاسرة حبًا في الجدل ليس إلا، بينما يمثل الشخص المرتدي القبعة الخضراء دور المتفائل. ويمكنك انتقاء اللون الذي يناسبك أو المعنى الذي يرمز إليه، أو الاستعانة بكتاب "ديبونو". وفي كلتا الحالتين، توفر هذه الطريقة الأبعاد المختلفة للأمور؛ مما يتيح للأفراد دراستها بصورة

أعم وأشمل. واحرص على إتاحة الفرصة لكل فرد لارتداء قبعة مختلفة اللون في كل اجتماع.

▼ ▼ ▼

قائمة أفضل الشركات المرحة

(وفقًا للإحصاءات)

١٠- Motorola

٩- Arthur Andersen

٨- Walmart

٧- Nordstrom

٦- EDS

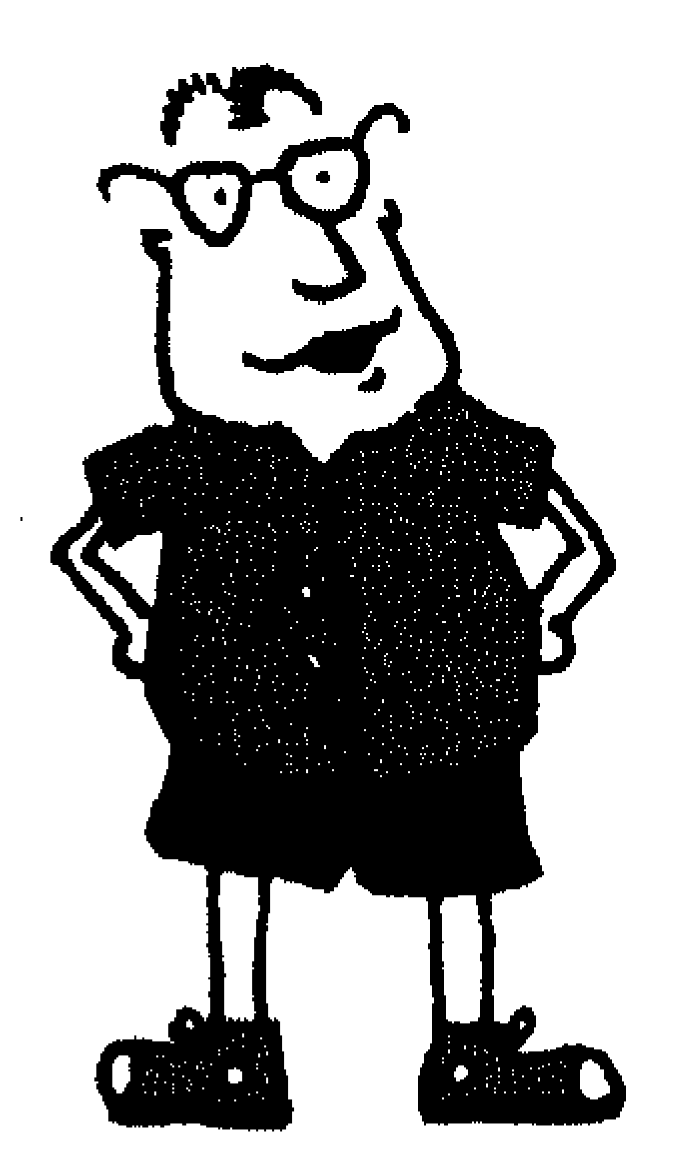
٥- Hewlett Packard

٤- Microsoft

٣- Ben and Jerry's

٢- Southwest Airlines

#١- Disney



قام "بول فيليبس" من شركة GTE Data Services بمدينة فورت وين بولاية إنديانا بتطبيق تقليد مرح أثناء الاجتماعات؛ حيث يقوم منظم الاجتماعات بارتداء قبعة ترتديها إحدى الشخصيات الكرتونية خلال الاجتماعات الأسبوعية. ويتم تغيير المسئولين عن الاجتماعات بصورة أسبوعية؛ لإتاحة الفرصة لكل فرد لارتداء هذه القبعة. وأثناء الاجتماع، يترقب المشاركون سماع التعليقات المرحة التي ترتبط بموضوعه.

▼ ▼ ▼

تقوم "ترينا باكون" من شركة MAQIN بمدينة ماديسون بولاية ويسكونسن بعقد اجتماعين شهريًا لطاقم العمل، وقد تمكنت من إضفاء المرح على هذه الاجتماعات. وهذه بعض الأمثلة على ذلك:

▼ يتوجه طاقم العمل إلى المكان المخصص لوقوف السيارات ومعهم ثلاث كرات بلاستيكية ملونة خفيفة من تلك المستخدمة في اللعب على الشاطئ. ويبدأ اللعب بكرة واحدة؛ حيث يحاول طاقم العمل إبقاءها في الهواء دون أن تسقط على الأرض، ثم يتم إدخال الكرة الثانية فالثالثة

إلى دائرة اللعب. ومن ثَمَّ؛ تصبح الأجواء صاخبة. وبعد ذلك، يتم اللعب بكرة مليئة بالرمال؛ مما يجعلها تتأرجح بصورة مضحكة. وعندما يحين وقت العودة إلى العمل، يتحدث أفراد طاقم العمل عن أوجه الشبه بين محاولتهم لإبقاء هذه الكرات في الهواء وبين ما يقومون به من عمل.

▼ يتم جمع صور أفراد طاقم العمل عندما كانوا أطفالاً، ثم تبدأ عملية التخمين لمعرفة صاحب كل صورة، ويحصل الفائز على كوبون شراء مجاني من أحد محال العصائر.

▼ عند التحاق موظف جديد بطاقم العمل، ترغب "ترينا باكون" في الاحتفال بقدومه. لذلك؛ تُحضِر بعض العصائر وآلة تحميص الخبز وأنواع مختلفة من المربى. وهكذا يتم الاحتفال بالتحاق أي فرد جديد بالعمل.

▼ وكوسيلة للحث على الإبداع بهدف تنمية روح المبادرة، قام أحد أفراد طاقم العمل بإحضار مخبوزات "الكوكيز" المشتمل غلافها على حظك المعد منزليًا. وتحتوي كل ورقة من أوراق حظك على سؤال يحاول فريق العمل بأسره التوصل إلى حل له. وقد عملت هذه الطريقة على تحرير عقول أفراد طاقم العمل للخروج من القوالب والأنماط التقليدية.

جاء في مجلة .Inc في شهر نـوفمبر لعـام ١٩٩٦ أن شركـة Visual In-Seitz بمدينة روتشستر بولاية نيويورك تقوم بتـصميم بيانـات العـرض التجارية الخاصة بشركتَي Xerox وKodak. وقد ذكر "تشارلز إنجلر" – المدير التنفيذي لشركة Visual In-Seitz أنه "نظرًا لضيق الوقـت وتزايُـد طلبات العملاء التي تمثل نوعًا من الضغط، وفي محاولةً منا لتخفيف وطأة هذا الضغط، يتم عقد الاجتماعات الخاصة بمناقـشة الإنتـاج بعـد ظُهـر الخميس بأحد النوادي. وفيها يتشارك الموظفـون في مناقـشة المـشكلات ويتبادلون الملحوظات والنصائح ويقومون بمتابعة تطور الأداء وتقـديم الشكاوى الشفهية التي لن يستطيع العملاء سماعها. فالهدف مـن تنظـيم الاجتماعات على هذا الشكل هو إشعار المـوظفين بـإدراك الإدارة مـدى الضغط الذي يتعرضون له، وتقدير طريقة تعاملهم معه".

فعلى الأقل، ستجد أن في أيام الخميس كـل مـن في النـادي سـيعرف اسمك.

▼ ▼ ▼

تحلَّ بالمرح في تعاملك مع موظفيك الجدد. على سبيل المثـال، ضـع في حسبانك بدء اجتماعك أو مؤتمرك المقبل بعقد اجتماع خـاص للمـوظفين الجدد. واحرص على أن تقضي معهم وقتًا إضافيًا لمساعدتهم في استيعاب المعلومات والتعرف على توقعاتهم بشأن الاجتماع. وبالإضافة إلى ذلـك،

امنحهم بطاقات مميزة تحمل أسمائهم لتميزهم عن الموظفين القدامى الذين يقومون بمتابعة أدائهم خلال هذه الفترة. وكذلك يمكنك تزويدهم بالمسدسات المائية وإعطائهم التعليمات لاستخدامها إذا أصبح الاجتماع غير مُجدٍ أو إذا طغى عليه الضجر.

▼ ▼ ▼

خزان الماء

هل تتحول اجتماعاتك إلى فوضى عارمة؟ هل يقوم الموظفون بتبادُل الأحاديث الجانبية أو القيام بأعمال أخرى أو مقاطعة بعضهم البعض بصورة مستمرة؟ ربما يمكنك فرض بعض النظام، وذلك من خلال تطوير القواعد الأساسية للمجموعة، ثم تزويد المشاركين في الاجتماعات بالمسدسات المائية وتشجيعهم على استخدامها تجاه أولئك الذين يتخطون هذه القواعد. وإذا لم ينجح ذلك في تحقيق الهدف المرجو منه، فحاوِل عقد الاجتماع والجميع معصوب العينين؛ فتغيير الوضع قد يساعد على إعادة الاجتماع إلى صورته الطبيعية.

الاجتماعات الممتعة في Forum Conference Center

لقد كان الموقف أشبه بأحد المواقف الكوميدية في إحدى المسرحيات الهزلية. فقد كان المندوب خاصتهم دائمًا ما يقوم بإلقاء النكات على "فران" و"إيفلن جيرارد" - مالكي ومديري Forum Conference Center بمدينة كليفلاند بولاية أوهايو. وفي أحد الأيام، قام بإلقاء النكات في وقت غير ملائم حيث كان هناك مشكلة يواجهها سير العمل، فأخذت "فران" ما قاله بسخرية، في الوقت الذي أمسكت فيه "إيفلن" بزجاجة مياه كانت موضوعة على جانب مكتب "فران" وقامت بسكبها عليه.

ماذا حدث بعد ذلك؟ انفجر ثلاثتهم في الضحك وتم تسوية المشكلة. وقد كانت هذه الحادثة مدعاة للضحك حتى لأولئك الذين لم يحضروا الموقف.

أفسح دائمًا مجالاً للمرح

على الرغم من عدم حدوث مثل هذه المواقف بشكل مستمر ومعتاد، فهذا الموقف يعكس الطابع السائد في العمل والذي تقوم كلٌ من "فران" و"إيفلن" بتطبيقه. فتقول "إيفلن": "في عام ١٩٩٠ كنا قد بدأنا العمل دون مرجعية؛ فكنا نقوم بتأجير القاعات لعقد الاجتماعات

والمـؤتمرات دون اسـتئجار غـرف بالفنـادق للبقـاء بهـا. ولكـي نـنجح ونستمر في عملنا، كان علينـا تقـديم خدمة رائعة ومتميزة إلى العملاء".

وقد ساعدت الخدمة المتميزة التي يوفرانها كل مـن "فـران" و"إيفلـن" عـلى تميزهمـا، بـما في ذلـك اهـتمامهما بالتفاصيل وقـدرتهما عـلى القيـام بـما يُطلَب منهما وأسـلوبهما الاحـترافي في العمل وكذلك تمتعهما بحِس الدعابة. وكنتيجة لكل ذلـك، يفـد أكثـر مـن أربعين ألف شخص سنويًا لحضور الاجتماعات التي تُعقَد في هذا المركز، وتقوم "إيفلن" بالترحيب بكل منهم عند نهاية السلم الكهربـائي بـصورة شخصية.

تقضي كلٌ من "إيفلن" و"فـران" وطاقم العمل لديهما - الـذي يتكـون مـن عـشرين موظفًـا - وقتًـا ممتعًـا بالعمل، ويـسعون لرؤيـة عملائهـم يقـضون وقتًـا ممتعًـا مـثلهما. وتقـول "فـران" في رضـا: "في أحـد الأيـام، سيتم فصلي من العمل". ويُعرَف عن "فران" أنه حين يتم سؤالها: أين تقـع دورات المياه؟ فإنها ترد بهذه الإجابـة غير المتوقَّعة: "لا توجد لدينا دورات ميـاه". ولحُـسن الحـظ، فـإن هـذه الإجابة الغريبة غالبًـا مـا تتـسبب في انفجار العمـلاء في الـضحك بعـدما يزول أثر الصدمة في الوهلة الأولى.

وتقــول "فــران": "إذا لم يكــن بمقـدورك الاسـتمتاع بوقتـك أثنـاء العمل، فعندها يكون هذا العمل غير مُجدٍ". وتـساهم "إيفلـن" في إشـاعة جو من المرح أثناء العمل مـن خـلال ردود فعلها الغريبة أحيانًا والمضحكة في أحيان أخرى. فعلى سـبيل المثـال، إذا سألها شخص: مـا الطريـق الـذي

عليَّ أن أسلكه للوصول إلى المركز من مدينة سولون؟ فإنها تجيب: "لا يمكنك الوصول إلى هنا من هناك!".

المرح في أفضل صوره

ولئلا تعتقد أن "فران" و"إيفلن" من الشخصيات المنافقة الكريهة، فعليك إدراك سياستها في التسويق الذي يتضمن المرح كما توقعت. فيذكر كتاب Marketing 101 أن الطريقة المثلى لتحقيق أهدافك في المبيعات هي دفع العملاء الحاليين إلى شراء المزيد. وهذا بالضبط ما قامت به كلٌّ من "فران" و"إيفلن" في الوقت نفسه الذي قامتا فيه بإضفاء روح المرح على العمل.

تُعد مجموعة الألعاب POW! kit شيئًا مختلفًا وغير متوقَّع. وتوضح "فران" ذلك قائلةً: "إننا نمنح عملاءنا هذه المجموعة من أجل اجتماعاتهم، فهي مجموعة ألعاب تتضمن كرات القدم والطوق المستخدم في لعبة كرة السلة والكرات المطاطية ولعبة الأسهم المطاطية وكذلك كرات تخفيف التوتر. فهذه الألعاب تساعد الحضور على التفاعل مع بعضهم البعض وعلى التفكير الإبداعي والاسترخاء".

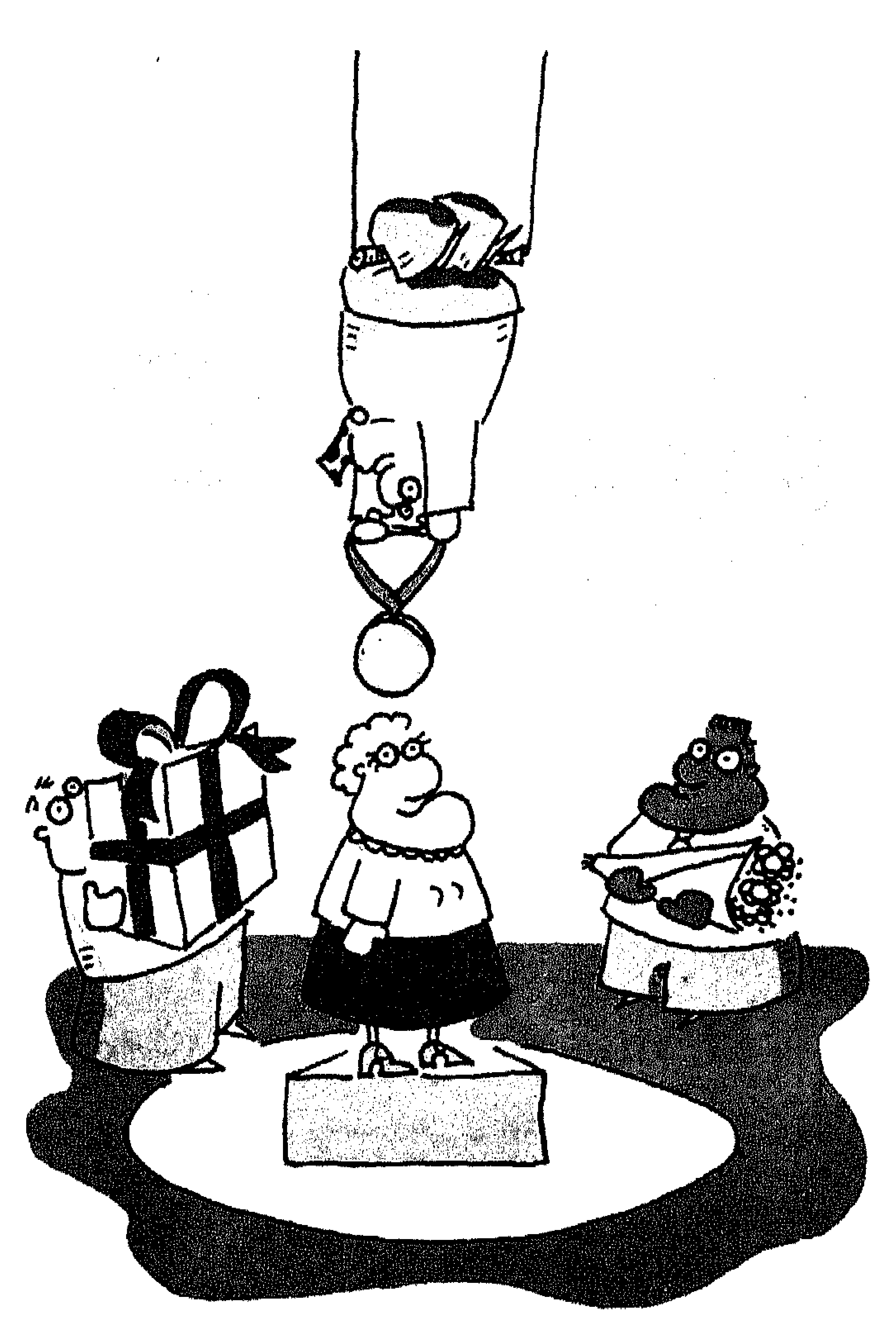
وتضيف "إيفلن" قائلةً: "إنها تتسبب في رسم البسمة على وجوههم، والتي سريعًا ما تتحول إلى الضحك الذي ينتج عنه التفكير الجماعي الإبداعي. وعندما يحين موعد انتهاء اجتماعهم، يقر كل فرد منهم بأنهم كانوا أكثر إنتاجًا واستيعابًا واستمتاعًا، وبذلك يتم تأكيد تكرار المزيد من طلبات الحجز. وفي موعد الاجتماعات السنوية، يكون من الصعب إيجاد غرفة شاغرة لعقد اجتماع بها".

إضفاء روح المرح على الاجتماعات

في أحد الأيام، وبعد عدة دقائق من بدء الاجتماع السنوي لأحد البنوك الضخمة الناجحة، صعد أحد رجال الأعمال السُّلم الكهربائي وقامت "فران" بالترحيب به وتوصيله إلى غرفة الاجتماعات، وحينها قال لها: "يبدو عملك هذا مربح؛ فأنا أراكِ هنا كل عام!".

فأجابت "إيفلن": "بمجرد أن تضفي على معاملاتك مع الآخرين حس المرح والدعابة، فإنك تمهد الطريق وتفتح الباب لمستوى آخر وشكل آخر في العلاقة بينك وبينهم. فالمرح الذي نتسم به في تعاملنا مع عملائنا يساعد على تقوية العلاقات بيننا، وهذا في صالح كلٍ من المركز والشركات التي تستأجر القاعات، هذا دون شك في اتسامه بالتأثير نفسه علي وعلى "فران" وباقي الموظفين".

وتقول "فران": "لقد أثبت Forum Conference Center أنه باستطاعتك أن تتسم بالحرفية الشديدة في عملك في الوقت الذي تستمتع فيه به؛ فهما ليسا بالنقيضين، على العكس فهما يسيران جنبًا إلى جنب. فإننا نأخذ كلاً من عملنا ومرحنا على محمل الجد، وهذه ليست مزحة".



تحلَّ بالمرح أثناء تقدير الموظفين

الفصل الخامس

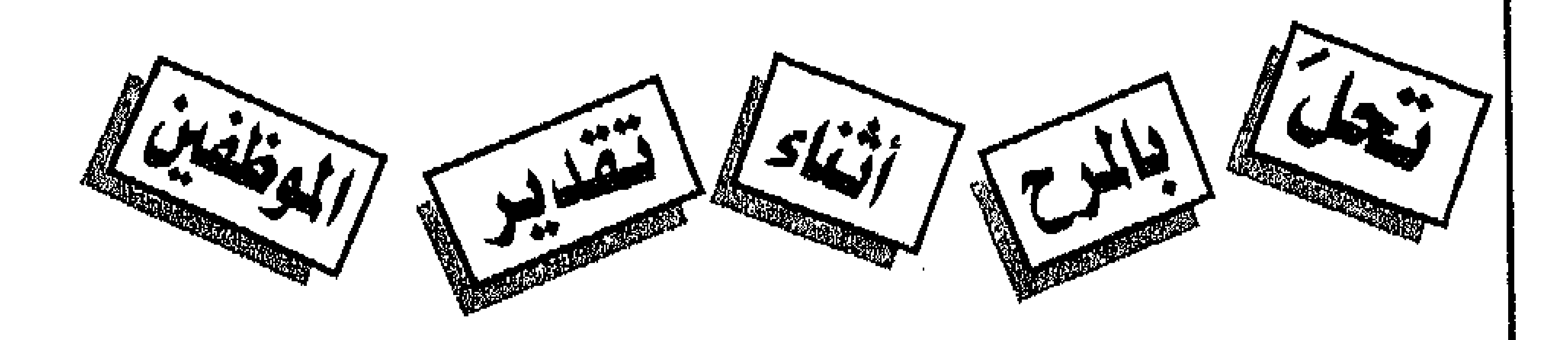
تحلَّ بالمرح أثناء تقدير الموظفين

يُعد التقدير من أفضل طُرق الإدارة الفعالة المهملة؛ فكلٌّ منا يرغب في التقدير ويحتاج إلى الشعور به. وبما أن التقدير يزيد من احتمالية تكرار الفعل الذي تسبب في الحصول عليه، فلِمَ لا نغمر بعضنا البعض بكلمات الثناء المحفِّزة؟

ونحن ندرك أنه عندما تمتزج كلمات الثناء بحس المرح والدعابة فإن ذلك يضفي عليها طابعًا خاصًا ويجعلها ذكرى جميلة لا تُنسى. أوليس هذا هو الهدف من الثناء على شخص ما؟

وقد يفيد في ذلك تذكُّر أن البالغين ما هم إلا أطفال كبار ما زالت لديهم النزعات الطفولية للحصول على الشكر والتقدير والمرح وكذلك اللعب. فنحن نخدع أنفسنا حين نظن أن كوننا بالغين يفرض علينا أن نتسم بالجدية، في حين أن كل ما يعنيه هذا هو تقدُّمنا في العمر.

وجدير بالذكر أننا حين نُطلِق العنان للطفل الكامن بداخلنا، فإننا بذلك نفتح الباب للقوة والطاقة والحماس الذين يمكنهم تحويل التحديات التي تواجهنا إلى إنجازات. ومن ثَمَّ؛ احرص على الإشارة إلى إنجازات الموظفين بكلمات ثناء مرحة لا تُنسى. واعلم أنك ستحقق عدة مكاسب؛ حيث ستحظى بمكان عمل يحفز الموظفين ويمنحهم الإحساس بالقوة ويتمتع في الوقت نفسه بالمرح.



يدرك إخصائيو السلوك - وفقًا لمبادئ علم النفس البسيطة - أنك إذا أردت دعم عادة ما لدى شخص ما، فكل ما عليك فعله هو التأكيد على قيمة هذه العادة. فإذا أردت التركيز على عادة ما بالإيجاب أو السلب، فإما أن تتجاهل آثارها أو تمدحها وفقًا لموقفك منها. وتطبيقًا لذلك، إذا أردت تحسين معدلات حضور الموظفين في الشركة، فقم بمكافأة الملتزم منهم.

احرص على أن تبث روح المرح فيما تبديه من تقدير للموظفين. فيشجع المحرر "سكوت فريدمان" - الذي يعمل بمدينة دينفر بولاية كولورادو - الشركات على السماح لموظفيها بفرصة التمتع بأيام ترفيهية. ومن ثَمَّ؛ من الممكن أن تمنح الموظفين بطاقات يتم الحصول عليها عن طريق الاقتراع، تتيح لهم الفوز بهذه الأيام الترفيهية، كما هو الحال في ألعاب الكمبيوتر الشهيرة مثل لعبة "مونوبولي".

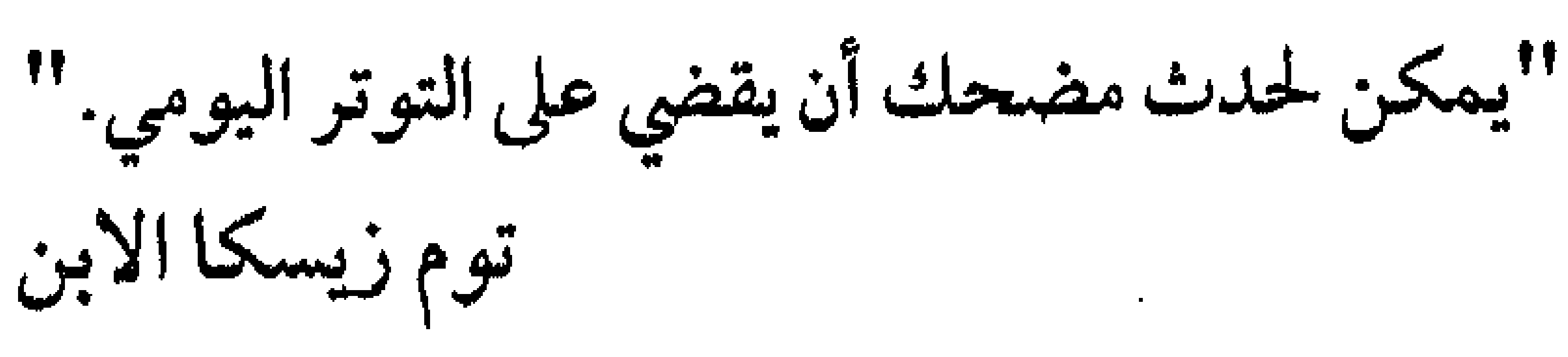
▼ ▼ ▼

سعيًا وراء بث روح المرح والحيوية، أقام أحد أقسام إحدى دور النشر بمدينة سان فرانسيسكو معرضًا تقليديًا صباح أيام الجمعة لبيع

المخبوزات. وبنهاية العام، كانوا قد تمكنوا من جمع المال الكافي للاحتفال بنجاحات أقسام الشركة وكذلك الأفراد.

▼ ▼ ▼





"يمكن لحدث مضحك أن يقضي على التوتر اليومي."

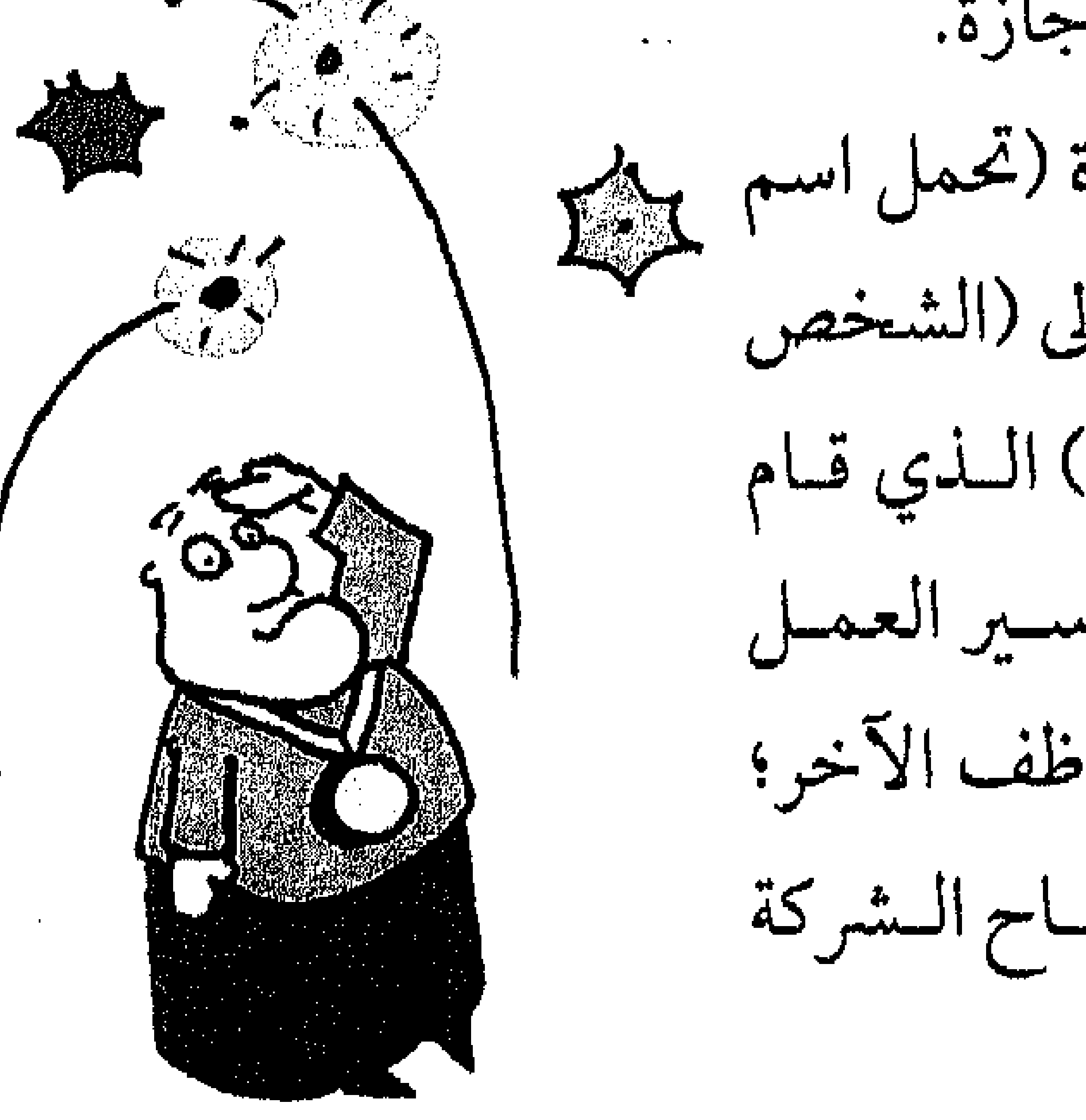
توم زيسكا الابن

من شركة Ziska Architects and Associates

▼ ▼ ▼

هناك مشكلة شائعة في العديد من الشركات، وهي عدم تقدير الإدارة جهود الأشخاص الذين يقومون بالعمل بدلاً من الموظفين المتغيبين لقضاء إجازة. ومن ثَمَّ؛ فقد ابتكر مركز Donaghey Student بجامعة أركانسس بمدينة ليتل روك جائزة جديدة لمنحها لأولئك الذين يحلون محل موظفين آخرين لقيامهم بإجازة.





فعلى سبيل المثال، تم منح جائزة (تحمل اسم الشخص المتغيب عن العمل) إلى (الشخص الذي قام بأداء عمله أثناء غيابه) الذي قام بتلبية نداء الواجب للتأكد من سير العمل بصورة جيدة في ظل غياب الموظف الآخر؛ وذلك تقديرًا لإسهاماته في نجاح الشركة وتيسير العمل بها.

أثناء عملية تصميم مقر الشركة وإنشائه بما يتيح تسهيل عملها ويعكس أهدافها ومبادئها، أدركت أهمية التقدير والمرح والتأثير الذي يُحدِثانه.

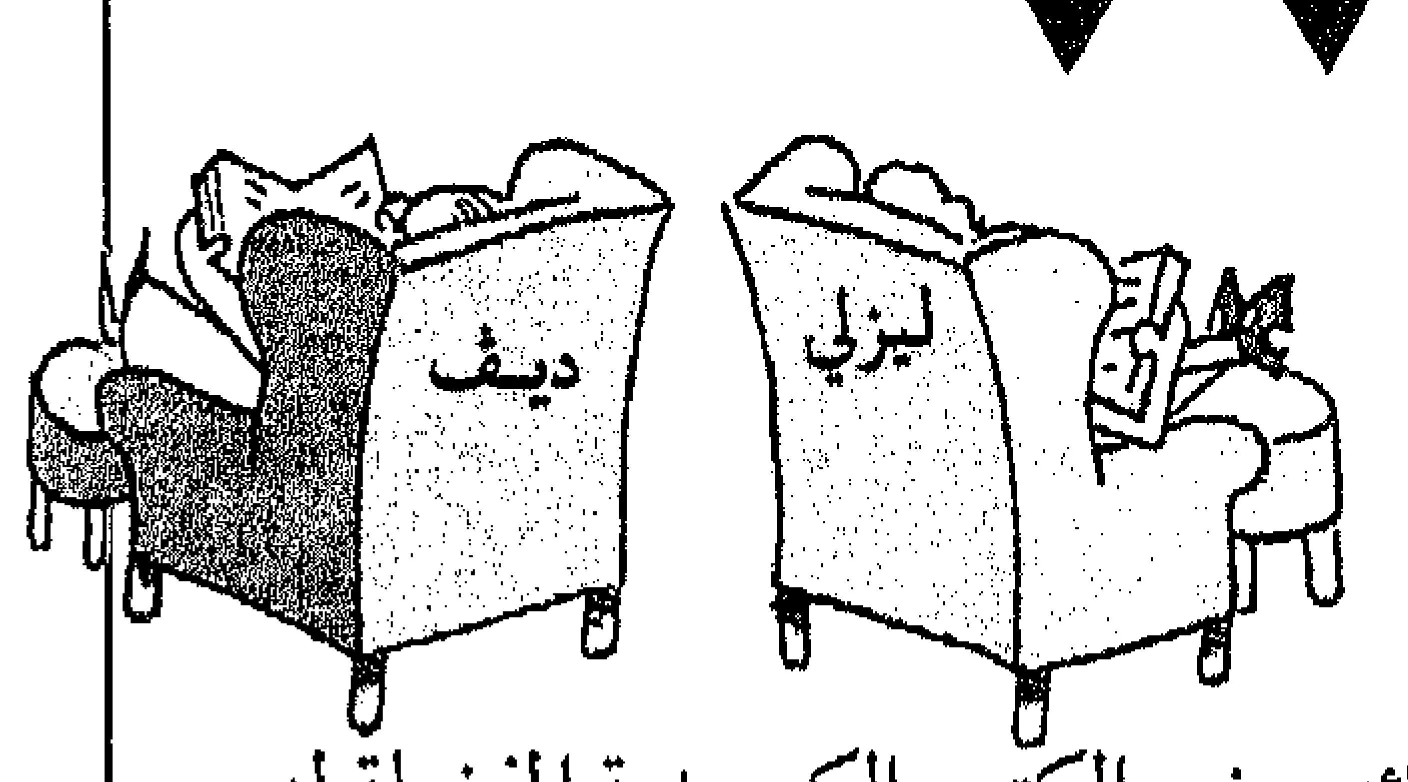
أثناء إشرافي على عملية البناء، قمت باتباع أحد الطقوس المرحة. فكنت أقوم كل يوم بالتفتيش على إنجازات العمال المختلفين، وأشعر بالسعادة لمشاهدة تقدُّم العمل نحو الاتجاه الصحيح والوصول إلى تصميم خيالي ومثالي. وفي أحد الأيام، وقد طغى عليَّ الفرح، قمت بأداء رقصة سريعة مميزة تعبيرًا عن حماسي وسعادتي بالعمل. وفي اليوم التالي، طلبت من أحد الحرفيين مشاركتي الرقص. وسرعان ما أصبح الجميع يتوقع أنه كلما سنتقدم خطوة نحو نهاية أعمال التصميم والبناء، سنقوم بأداء رقصة للاحتفال بتقدُّمنا.

وفي أحد الأيام التي كنا فيها على وشك استكمال المشروع، انضم اثنان من الكهربائيين كبار السن إلى المشروع لتركيب بعض وصلات الإضاءة. وجاء هذان الكهربائيان إليَّ وقد بدا عليهما التردد، ثم سألاني بهدوء: "هل ستجعلينا نشارك في الرقص؟" ففُوجئت من ذيوع صيت ما نقوم به للاحتفال بين الحرفيين، فقلت لهما ببساطة: "فقط إذا أردتما". وحين انتهيا من القيام بأعمالهما، بحثا عني لأُلقي نظرة على ما قاما به. وقد

سعدت كثيرًا لانتهاء هذا العمل بصورة جيدة، وأوضحت لهما أهميـة مـا قاما به من توصيلات للإضاءة.

وإظهارًا لضرورة احـترام الاختلافـات بـين الأفـراد، لم أفـرض أداء رقصتي المشهورة على هذين الكهربائيين الخبيرين. وعلى الرغم من ذلك، فقد ظلا واقفين دون إبداء أية رغبة في الرحيل، ثم سـألاني: "ألـن نقـوم بالرقص؟" وحينها، أدركت أن كل فرد - بغض النظر عن رأيـه المبـدئي الذي يبديه - يرغب في الشعور بالمرح والاستمتاع بالتقدير. وقد قمنا بالرقص على صوت جلجلة الأدوات الكهربائية المعلقة في حزاميهما.

▼ ▼ ▼



استخدِم المرح والهدايا الظريفة كوسائل للتقدير، فيمكنك إبداء تقديرك لشخص ما من خلال إهدائه بعض الكتب الكوميدية المفضلة له.



يمكنك الاستعانة بمتاجر بيع الألعاب لشراء بعض الأشياء التي تساعدك على إضفاء المرح؛ مثل القبعات المزودة بمراوح أو الألعاب المطاطية المصنوعة على أشكال الحيوانات.

▼ ▼ ▼

تُقيم شركة Manco لصناعة الأشرطة اللاصقة العازلة حفلة سنوية يُطلَق عليه "سباق البط السنوي"؛ للاحتفال بتحقيق أهدافها. وقد بدأ هذا الاحتفال حينما قام "جاك كال" - مدير الشركة - بتحدي قسم المبيعات لتحقيق نسبة مبيعات مرتفعة. حيث أبرم اتفاقًا مع طاقم عمل قسم المبيعات على أنهم إذا ما قاموا بتحقيق الهدف المخطط له، فسيكون عليه أن يعبر البحيرة الموجودة أمام المقر الرئيسي للشركة سباحة، وفي حالة عدم تمكُّنهم من إحراز الهدف، سيكون عليهم ارتداء ملابس السباحة وعبور البحيرة.

يبدو أن التحدي يسير؟، لكن في الحقيقة الأمر ليس كذلك؛ لأنه يشترط أن تتم السباحة في فصل الشتاء في الوقت الذي تنخفض فيه درجات الحرارة بدرجة كبيرة في الشمال الشرقي لولاية أوهايو.

وقد قَبِل طاقم العمل التحدي بحماس، ونجح في تحقيق الهدف المخطط له. ومن ثَمَّ؛ احتفل "جاك" بذلك عن طريق السباحة بطول البحيرة مرتديًا ملابس السباحة المفضلة لديه.

وقد ذاع صيت هذا التحدي داخل الشركة وخارجها وأصبح حدثًا سنويًا. وقد شارك العديد من الموظفين وأصحاب الشركة في الاحتفالات التي أُقيمت في نهاية فصل الخريف، التي تتبعها رحلة تقوم بها الشركة وحفلة توزيع جوائز للاحتفال بتقدُّم هذه الشركة النامية.

يحبذ كل فرد فكرة الاحتفال بعيد ميلاده. ومن ثَمَّ؛ من الممكن أن تقوم بزيادة عدد الاحتفالات عن طريق الاحتفال السنوي بذكرى التحاق كل موظف بالعمل. فانتهز أية فرصة سانحة لتجديد طاقة موظفيك وتنشيطهم مجددًا من خلال حشدهم للإشادة بإسهامات أحدهم.

▼ ▼ ▼



إليكَ أفضل عشر وسائل لمكافأة الموظفين على العمل الجيد:

١- مكافأة مالية

٢- كلمات التقدير

٣- الإجازات

٤- الإشعار بثمار العمل المنجز

٥- التوكيل بالعمل المفضل لهم

٦- الترقي في التدرج الوظيفي

٧- تزويد الموظف بحرية التصرف واتخاذ القرار

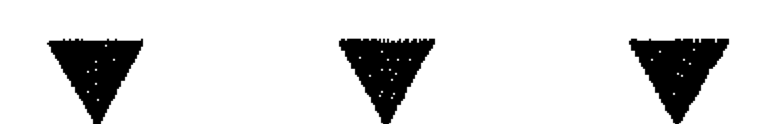
٨- إتاحة الفرصة للتفوق الشخصي

٩- الاتسام بروح "المرح" في التعامل

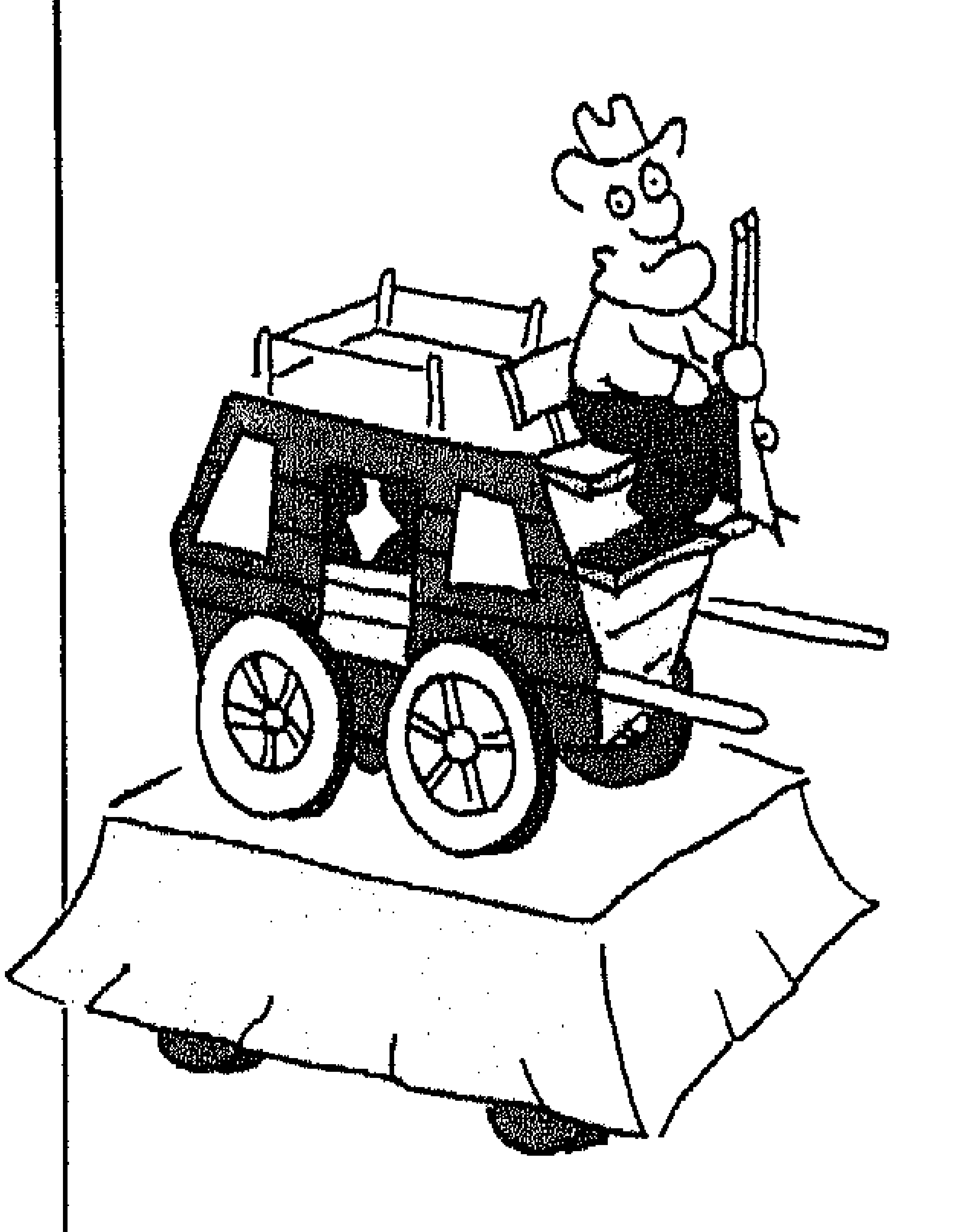
١٠- الجوائز.

مايكل ليبوف

مأخوذة من مقالة **The Greatest Management Principle in the World**، في مجلة **People Performance** أكتوبر ١٩٩٦



ذكرت مجلة HRMagazine في مارس ١٩٩٤ أن بنك Wells Fargo بولاية كاليفورنيا بدأ برنامجًا مبتكرًا لمكافأة العاملين وتقديرهم. فيمنح البنك شهادات مالية هدية لكل العاملين قيمة كلٍ منها ٣٥ دولار، ويتمثل وجه الابتكار في هذا البنك في أنهم لا يستطيعون الحصول على قيمة هذه الشهادة؛ حيث ينبغي على كلٍّ منهم منح هذه الشهادة إلى موظف آخر قام في نظرهم بتقديم خدمات جليلة لدعمهم.



ويتم دعوة هؤلاء الموظفين لحضور مأدبة طعام يقيمها رئيس مجلس إدارة البنك وكذلك مديره. وخلال هذه المأدبة، تتاح لهم فرصة اختيار جائزة من قائمة تحتوي على ما يزيد عن مائة جائزة. وبعض هذه الجوائز كالتالي:

- حضور تصوير أحد الإعلانات الخاصة بالبنك
- الجلوس في مكان السائس على العربة التي تجرها الخيول في احتفالات البنك
- زيارة أحد كبار المسئولين التنفيذيين بالبنك لمدارس أبناء الموظفين أو اجتماعات الأندية الخاصة بهم

▼ ▼ ▼

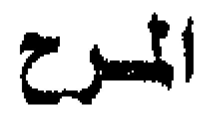


"يتطلب إضفاء روح المرح على بيئة العمل تبني موقف إيجابي تجاه الآخرين، الذين يتمثل أقربهم في زملائه في الشركة."

دينيس باك

مدير شركة AES

▼ ▼ ▼

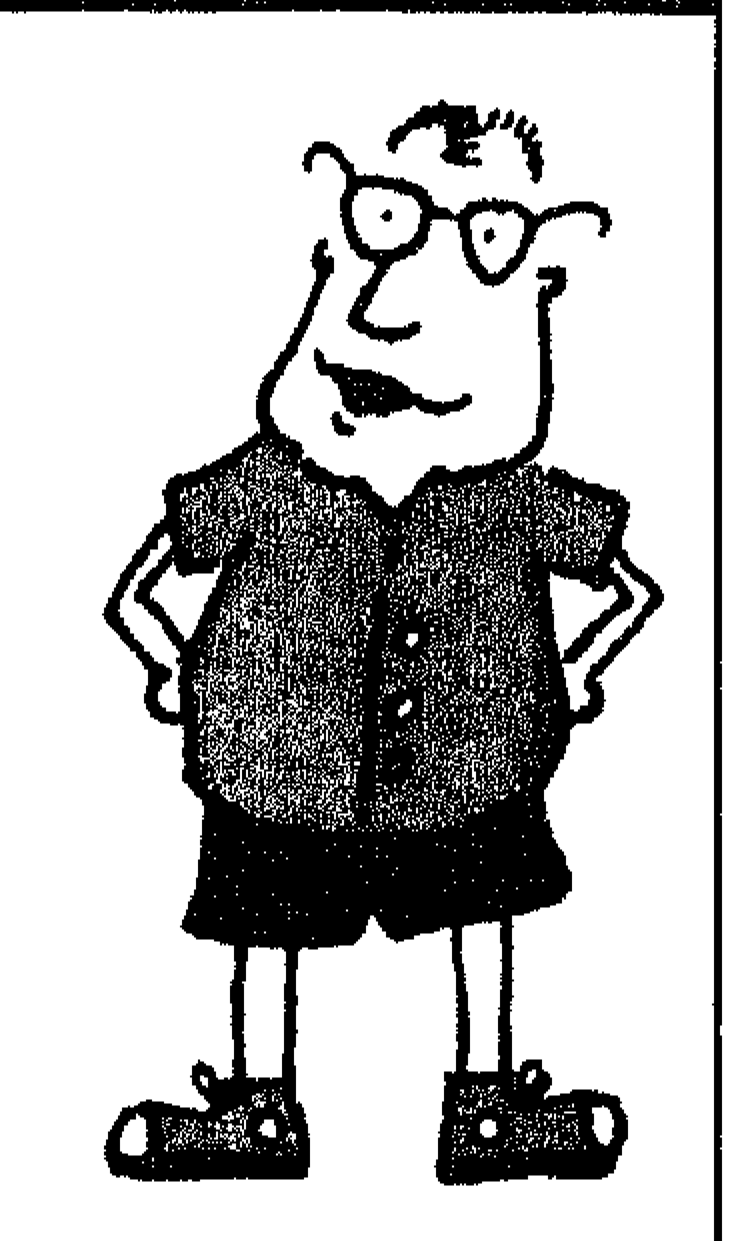


تم الاحتفال بمرور خمسة عشر عامًا على التحاق إحدى السيدات بالعمل في شركة Arthur Andersen. وقد تم الاحتفاء بها كملكة هذا اليوم؛ فاستقبلها مدير الشركة في ساحة انتظار السيارات الخاص بالشركة وساعدها على حمل حقيبتها، وقام زملاؤها ببسط سجادة استقبال الزوار لتسير عليها وبتقديم الترحيب اللازم لها.

▼ ▼ ▼

تُستخدَم الشيكات بصفة عامة لمكافأة الموظفين، ويمكن أيضًا أن يتم استخدامها لإرسال الرسائل المرحة أو لتقديم التقدير إلى الموظفين ذوي أفضل أداء أو للاحتفال بمناسبة التحاق الموظفين بالعمل. ويمكنك استخدام كعوب الشيكات لإرسال رسائل امتنان وتقدير للموظف لالتزامه بالحضور أو عن عدد الأيام التي مرت دون تسجيل أية حوادث أو لإرسال التهاني في العطلات. كُن مبدعًا ومبتكرًا؛ فهذه الرسائل تُقرأ من قِبَل كل الموظفين على مستوى الشركة بأسرها.

▼ ▼ ▼



إن المبادرة باصطحاب الموظفين في نزهات لا ينبغي أن تكون من الأمور التي تُظهِر فيها الحرص الشديد من الناحية المالية. فقد أدركت أن توفير سائق أو حتى سيارة أجرة فخمة لأحد الموظفين أو لفريق العمل لاصطحابهم لقضاء أية نزهات أو أمسيات سيجعلهم يقضون نزهات آمنة ويجعل منها ذكرى لا تُنسى.

▼ ▼ ▼

تُعد لوحة الشرف من أفضل طُرق تقدير الموظفين والاحتفال بنجاح الشركة. ويمكنك الاستعانة بأي شيء لإضفاء الطابع الشخصي على هذه اللوحة؛ مثل صور فوتوغرافية تجمع بين زملاء العمل، أو خريطة توضح محل ميلاد كل فرد، وأيضًا رسوم أبناء العاملين وإنجازاتهم. ومن ثَمَّ؛ تُعد لوحة الشرف وسيلة فعالة للاحتفاء بكل فرد بصورة مستقلة.

▼ ▼ ▼



فيما يلي أفضل وسائل التحفيز وفقًا لما يراه الموظفون:

١- تقديم الشكر بشكل شخصي

٢- رسائل الشكر الكتابية

٣- الترقية تقديرًا لحُسن الأداء

٤- توجيه المديح والثناء أمام الزملاء.

٥- عقد الاجتماعات التي تتسبب في رفع الروح المعنوية

د. جيرالد جراهام

جامعة وشيتا، مجلة **People Performance** في أكتوبر ١٩٩٦

▼ ▼ ▼

تفخر شركة Southwest Airlines بموظفيها البارزين المجدين، لدرجة أنها تقوم بنشر ذلك في كل فروعها. فكل عام، يفوز أفضل موظفيها بجائزة أفضل أداء، ويتم كتابة أسمائهم على لافتة مطبوع عليها شكل قلب أحمر، ويتم تعليقها على مقدمة إحدى الطائرات لمدة عام كامل.

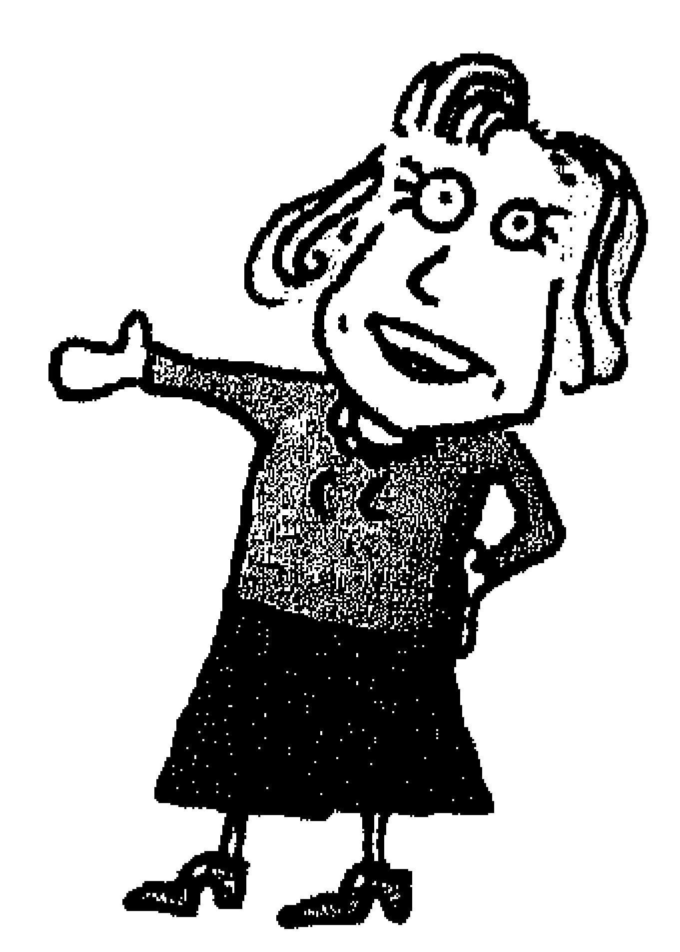
▼ ▼ ▼

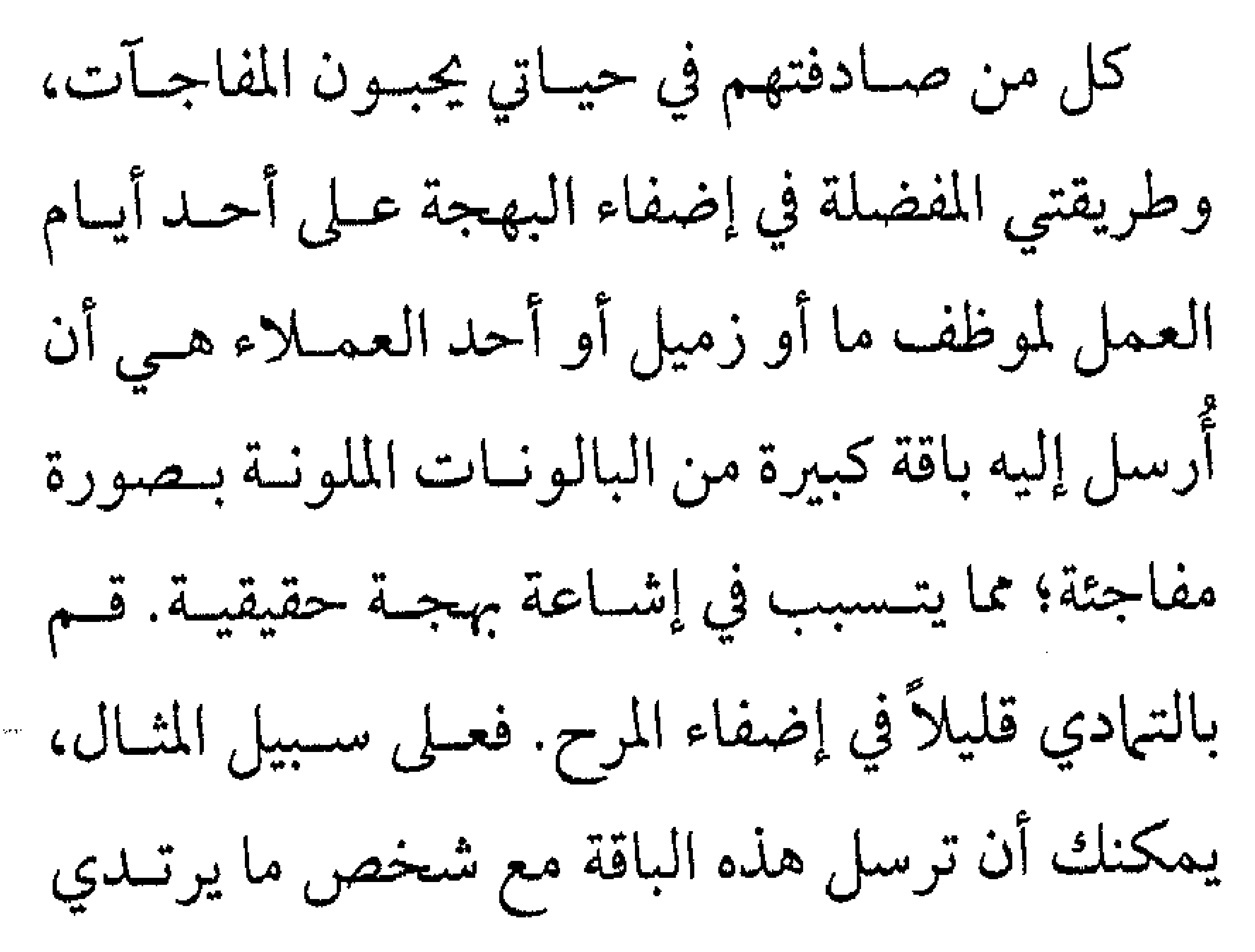
أراد مطعم West Coast تصميم شعارًا من أجل الحملة الإعلانية القادمة له، وبدلاً من الاستعانة برسام متخصص، قام المطعم بتشجيع موظفيه على تصميم هذا الشعار. وما أضاف المرح على هذه التجربة هو أن الرسوم يجب أن تُقدَّم مرسومة باستخدام أقلام الطباشير الملونة على الأوراق الكرتونية المستخدمة في تغليف اللحوم، والتي يتم استخدامها كأغطية للطاولات. وقد أمضى طاقم العمل وقتًا ممتعًا في تصميم رسوم تعكس بأفضل صورة الجو العام للمطعم. ولم يقتصر الأمر على استخدام التصميم الفائز في الدعاية، وإنما وُضِع إطار له وتم تعليقه بالمطعم؛ لإتاحة فرصة رؤيته لكل شخص.

تحكي لورا سيموندز - التي تعمل بدار نشر Davies Black Publishing - عن أحد التقاليد التي كانت تقوم بها إحدى الشركات التي عملت فيها سابقًا، والذي ترك لديها انطباعًا لا يُنسى. فقد كانت الشركة تعقد احتفالاً سنويًا يحمل اسم "جوائز حلوة وحامضة" لإشاعة جو من المرح. وبالفعل، كان الاحتفال بأكمله مصدرًا للمرح. فقد كان

يتم تنظيم هذا الاحتفال على غرار الاحتفال بجوائز الأوسكار، ويتم منح الجوائز لأفضل العناصر ضمن كل الفئات؛ مثل جائزة أجمل امرأة وأوسم رجل وجائزة أصعب عميل وأفضل عذر لتأخر الإنتاج ... إلخ. وتكون الجوائز إما حلوة مثل الآيس كريم أو الكعك المُحلى، أو حامضة مثل المخلل. ويمكن لأي شخص أن ينشئ فئة جديدة ويقترح فائزًا بجائزتها. ويُعد هذا الاحتفال من الأحداث المرحة التي تثير البهجة والحيوية والضحك بين جميع العاملين. كما كان منظمو هذا الاحتفال يتجنبون جرح مشاعر أي شخص، ويحرصون على أن يتضمن الاحتفال الأفراد كافة.

▼ ▼ ▼





كل من صادفتهم في حياتي يحبون المفاجآت، وطريقتي المفضلة في إضفاء البهجة على أحد أيام العمل لموظف ما أو زميل أو أحد العملاء هي أن أُرسل إليه باقة كبيرة من البالونات الملونة بصورة مفاجئة؛ مما يتسبب في إشاعة بهجة حقيقية. قم بالتمادي قليلاً في إضفاء المرح. فعلى سبيل المثال، يمكنك أن ترسل هذه الباقة مع شخص ما يرتدي

زِيًا تنكريًا لغوريلا. فيا لها من طريقة مرحة لتكـوين علاقات وثيقة!

يتم الاحتفاء بإنجازات العاملين بـشركة EDS بمدينـة بلانـو بولايـة تكساس وبذكرى التحاقهم بالعمل وكذلك بأعياد ميلادهم. وتذكر "آن ليبتاك" أنه بدلاً من أن يقتصر الاحتفال بهذا اليوم على موظـف مـا، يـتم تنظيم نزهات لطاقم العمل بأسره. وقـد تكـون هـذه النزهـات لتنـاول الغداء أو لمشاهدة أحد الأفلام بالسينما. فالهدف من هذه النزهات أن يتم الاحتفال بالنجاح مع كل فرد ساهم في تحقيق هذا النجاح، وهذه طريقـة مثلى لدفع الموظفين للاعتراف بجهود زملائهم بالعمل.

▼ ▼ ▼

في إحدى الشركات الصغيرة النامية لتسويق المنتجات عبر الإنترنـت بكارولينا الشمالية، أدرك المدير وقوع موظفيه تحت وطأة الـضغط الـذي تمر به العديد من الشركات الناشئة. ولـذلك؛ قـام في أحـد أيـام العمـل مدفوعة الأجر بتوفير كوبونات مجانية للحصول على جلسة تدليك بأحد المنتجعات الصحية المحلية؛ تقديرًا منه بما يقوم به فريق العمل من عمـل مضنٍ من أجل النهوض بالشركة.

▼ ▼ ▼



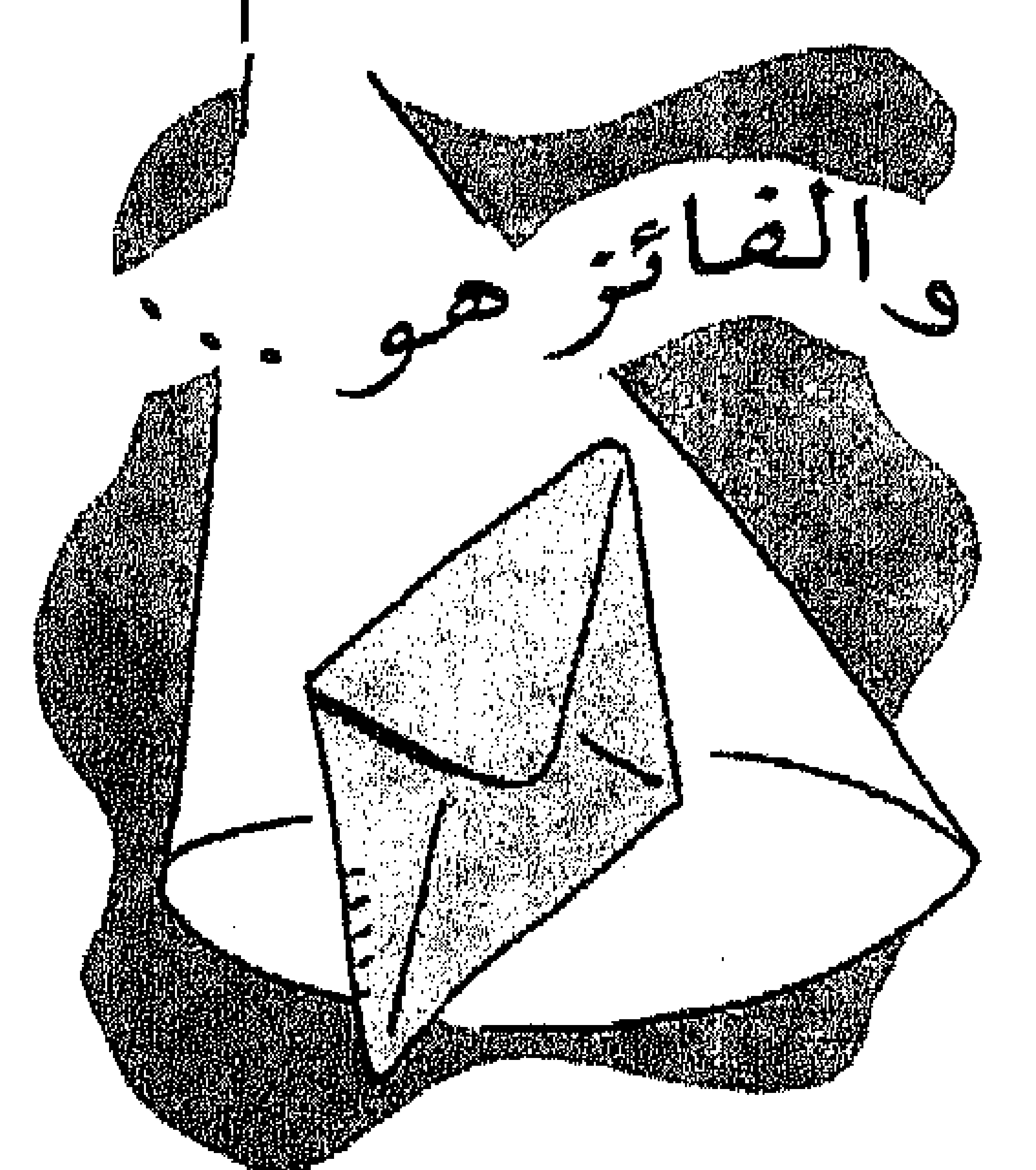
تم إجراء استقصاء على ٣٢٩ مسئولاً تنفيذيًا بالشركات، ووُجد أن ٩٧٪ منهم يؤمنون بجدوى إضفاء المرح على العمل، وأن ٦٠٪ يشعرون بأهمية حِس الفكاهة كأحد العوامل المحددة لمدى نجاح الفرد في عالم الأعمال والتجارة. وقد أجرى مركز Burke Marketing Research استقصاءً آخر جاء فيه أن ٨٤٪ من مديري أقسام الموارد البشرية في عدد من الشركات والذين تم إجراء مقابلات شخصية معهم يقولون إن الموظفين الذين يمتلكون حِس دعابة يعملون بصورة أفضل.

تيري برافيرمان

مجلة Training and Development في يولية ١٩٩٣

▼ ▼ ▼

مثلما يتم الاحتفال سنويًا بجوائز الأوسكار لتكريم إنجازات الأشخاص في مجال صناعة السينما، أُتيحت لشركة Northlake College بمدينة إيرفنج بولاية تكساس، الفرصة للاحتفال بإنجازات موظفيها سنويًا. فيتم تحديد الفئات وترشيح الأفراد ومنح الجوائز أثناء مأدبة عشاء في احتفال يشبه الاحتفال بجوائز الأوسكار. فيا لها من طريقة



رائعة لمحاكاة احتفال جوائز الأوسكار الشهير! فلا يوجد شيء يبعث على البهجة قدر سماع اسمك بعد جملة "والفائز هو...".

▼ ▼ ▼

في المكتبة الإليكترونية SciQuest التابعة لمعهد البحث العلمي Research Triangle Park بكارولينا الشمالية، يحصل كل موظف على إجازة مدفوعة الأجر يوم عيد ميلاده مثل باقي الإجازات. وإذا حدث أن توافق أحد أعياد الميلاد مع يوم من أيام العطلات الرسمية، فيمكن للموظف الحصول على اليوم التالي إجازة للاحتفال بعيد ميلاده.

▼ ▼ ▼



"يساعد المرح على توفير مناخ يبعث على الراحة والابتكار حيث يعمل على توفير تواصل سهل وحر بين الموظفين وبث النشاط والحيوية وتجديد الطاقة بين الموظفين وسعيهم الدؤوب نحو التميز والإجادة في العمل."

جيم بالك

شركة J.P. Horizons Inc

▼ ▼ ▼



بدلاً من الطرق التقليدية - مثل منح الأوسمة أو شهادات التقدير - للتكريم عن العمل المتقن، ابتكر فريق العمل المبدع بشركة Optimal-Care طريقةً جديدةً للتكريم بأشياء وثيقة الصلة بالإنجاز الذي تم تحقيقه. فعلى سبيل المثال، حصلت إحدى الموظفات على تمثال على شكل حوت ضخم، حُفِر على ظهره رقم ٥٠٠٠ كما لو أنه قام بالتهام ٥٠٠٠ سمكة؛ كدليل على أنها قدمت الاقتراح رقم ٥٠٠٠ من أجل تحسين منتج ما.

▼ ▼ ▼

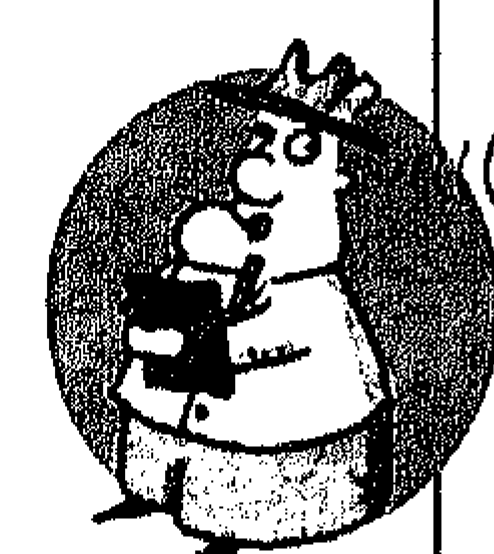
في محاولة من إحدى الشركات الموجودة في ولاية أريزونا لتوطيد العلاقات الطيبة بين موظفيها، أنشأت مكانًا يجتمع فيه الأفراد للاستمتاع بوقتهم معًا وتناوُل المقرمشات كما لو كان ناديًا اجتماعيًا خاصًا بالشركة.

▼ ▼ ▼

يقدم البرنامج التليفزيوني الأمريكي الشهير القديم This is Your Life وسيلةً مرحةً للتقدير. تتمثل هذه الوسيلة في جمع صور من الطفولة

وخبرات العمل السابقة والمواقف الطريفة التي حدثت مع زملاء العمل؛ لإمتاع الموظفين وتكريمهم من أجل إسهاماتهم.

▼ ▼ ▼



"ستشعر بالمرح حين تستمتع أنت ومن يشاركك بما تقومون بـه، مـع شعورك في الوقت نفسه بنجاحك في إنجاز جزء كبير من مهمتك."

فيليس فان

خبير متخصص في مجال كفاءة الشركات بشركة Rockwell-Collins Businesses

▼ ▼ ▼

تقوم "ماريا رابر" – التي تعمل في مدينة أوستن بولايـة تكـساس – باستخدام الطعام كوسيلة لإظهار التقـدير لزملائهـا في العمـل بـصورة لائقة. فتمنح زملاءها في العمل بعض الحلوى الفاخرة كوسيلة لتهنئتهم على القيام بعمل جيد.

▼ ▼ ▼

قم بتنظيم حفلات صغيرة ذات ترتيبـات محـدودة وأزيـاء تعـبر عـن سـببها. فعـلى سـبيل المثـال، تقـوم إحـدى الـشركات بولايـة مينيـسوتا

بالاحتفال بنجاحاتها الصغيرة والكبيرة بإقامة حفلة شاي صغيرة وقت الراحة بدلاً من تناول القهوة كالمعتاد في أوقات الراحة؛ حيث يقوم كل فرد بإحضار فنجان الشاي الخاص به ويرتدي قبعة لمحاكاة الشكل المعتاد لحفلات الشاي.

وتجدر الإشارة إلى أنك تستطيع تحويل معظم الأنشطة المكتبية العادية - مهما صغر حجمها - إلى حفلات ترفيهية بسيطة بقليل من الإبداع والتجديد والابتكار. فعلى سبيل المثال، يرتدي عمال البوفيه زيًا بنيًا دليلاً على جودة الخدمة التي يقدمونها كما هو متعارف عنهم كما يمكن أن يرتدي الموظفون نظارات شمس في احتفالاتهم وقضائها في الهواء الطلق. فأنا متأكد من أنك تستطيع بطرق مبتكرة الاحتفال بنجاحات الشركة أو تقدير أداء الموظفين في عشر دقائق ليس أكثر.



إذا كنت ترغب في تنظيم حفلة ما ترتبط فيها أزياؤها بموضوع معين، ولكنك تواجه مشكلة في ابتكار الأفكار، تستطيع تصفُّح الإنترنت والبحث عن عدة أفكار جديدة.

▼ ▼ ▼

تحتفل شركة Capital One Services بمدينة تامبا بولاية فلوريدا بأعياد ميلاد موظفيها وبذكرى التحاقهم بالعمل عن طريق صنع قالب كيك من البلاستيك ووضعه على مكتب صاحب الاحتفال طوال الشهر. (وأتمنى ألا يُطالَب أحد بتناول هذا القالب في نهاية الشهر.)

ومن الأنشطة الأخرى التي تقوم بها هذه الشركة والباعثة على المرح إعطاء الموظفين نظرائهم في الأقسام الأخرى أوراق يانصيب كوسيلة لتكريمهم على قيامهم بعمل ما بصورة جيدة، ويمكن أن تربح هذه الأوراق فيحصل الموظف على قيمتها في نهاية الشهر الذي يُعقَد فيه السحب. وهي وسيلة رائعة لتشجيع الموظفين على الاهتمام بمعرفة إنجازات الآخرين.

▼ ▼ ▼

يقول "بول فيليبس" - مدير قسم دعم الإنتاج بشركة GTE Data Services واصفًا كيفية قيام شركته بتقدير جهود العاملين: "تُعد مشاهدة فيلم في فترة ما بعد الظهيرة من أشهر وسائل الشركة لمكافأة فريق بأكمله - الذي يتكون من نحو ثمانين شخصًا. فتقوم الشركة بالاتفاق مع أحد دور السينما لحجز تذاكر ملحقة بها كوبونات لشراء المأكولات والمشروبات داخل السينما، ويحضر الموظفون إلى السينما حاملين دعوات الدخول ويحصلون على الفيشار أو الحلوى أو ما يريدونه؛ حيث يتغيبون عن العمل فترة ما بعد الظهيرة للاستمتاع بالفيلم مع زملائهم، كل ذلك على نفقة الشركة. وعلى الرغم من أنها تُعد وسيلة غير مكلفة لتكريم العاملين (نحو ١٠ دولارات للفرد الواحد)، فإنها تترك انطباعات إيجابية مرضية دائمة في نفوس الموظفين. وأما عن أولئك الذين لم يتمكنوا من الحضور بسبب ظروف العمل، فيحصلون على تذكرتين للذهاب إلى السينما في أي وقت يناسبهم.

▼ ▼ ▼



"لقد توصلت من خلال تجربتي إلى أن المرح ينبع بصورة طبيعية حينما يشعر الأشخاص المناسبون بالرضا عن عملهم."

باري جوناهسن

College Hill Group

قائمة أفضل عشر هدايا

يتم تقديمها إلى الموظفين

(وفقًا للإحصاءات)



١٠- الهدايا المبهجة التي تبعث على المرح

٩- علب الفيشار أو سِلال الفاكهة

٨- الأوسمة والميداليات

٧- الكتب (وهي الفكرة المفضلة لدى البعض)

٦- تذاكر لحضور المباريات الرياضية المفضلة

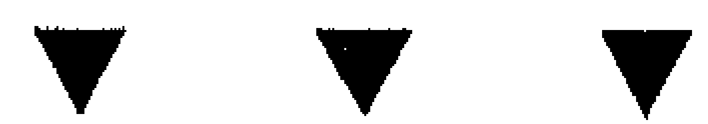
٥- البالونات (سواء تنكر من قام بتوصيلها أم لا)

٤- شهادات الهدايا (التي يتم منحها لأقل داعٍ)

٣- دعوات لتناول العشاء (أو الإفطار أو الغداء)

٢- تقديم تي شيرتات

#١- فناجين لشرب القهوة (ويُفضَّل أن يكون عليها بعض الرسوم الكرتونية)



لقد طُلِب من خريجي دورة إعداد القادة بشركة HealthEast بمدينة سانت بول بولاية مينيسوتا تقديم عروض مبتكرة لحفلة التخرج التي سيتم عقدها بمناسبة انتهاء الدراسة في الدورة. ولقد قام الخريجون بشكل نموذجي بنظم قصائد وأشعار وأداء بعض الأغاني الصاخبة والتي تسرد ما قد درسوه من خلال الدورة.

▼ ▼ ▼

يُلقَّب "دونالد ويلنز" بملك الرسوم الكرتونية؛ حيث يرتدي تاجًا أثناء جلوسه أمام مكتبه بشركة Animation بمدينة سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة الأمريكية. ويُظهِر "دونالد" حماسًا شديدًا تجاه عمله، ويُعلن استمتاعه به يوميًا. وقد منحه زملاؤه في العمل ذلك التاج الذي يرتديه تقديرًا لشغفه الشديد بعمله. ويؤكد أن سنوات طفولته التي قضاها في مشاهدة التليفزيون قد أتت بثمارها؛ حيث نقل شغفه بالشخصيات الكرتونية إلى حماسه في مهنته وحبه لها. وجدير بالذكر أن الحماسة التي يشعر بها تنتشر كأنها عدوى، وتعمل على تكوين

علاقات سريعة ووطيدة مع العملاء مما يؤثر بالإيجاب بالطبع على نسب المبيعات. فكما يحدث في الأفلام الكرتونية، تأتي كل خطوة يقوم بها كباعث على المرح. ومن ثَمَّ؛ كل ما عليك فعله هو أن تنقل المرح الموجود في حياتك إلى عملك.

نموذج يحتذى به في نشر المرح

مرح العمل في شركة Manco

شركة Manco – التي مقرها مدينة آفون بولاية أوهايو – هي إحدى الشركات الخاصة المتخصصة في إنتاج الأشرطة وأغطية التغليف والسيور المطاطية التي تملأ الفراغ بين الباب أو النافذة وبين إطارهما للوقاية من المطر أو الثلج أو الرياح. ويقوم "جاك كال" – مدير الشركة – بإشاعة جو في كل شيء في الشركة يدفع الموظفين (والذين يُطلَق عليهم زملاءه في الشركة) إلى الإبداع والتواصل بصورة جيدة مع بعضهم البعض، وكذلك استثمار أية فرصة للحصول على المرح. ويتمثل سر النجاح في شركة Manco في تبنيها ثقافة معتمدة على الثقة وتفويض السُّلطة. وتشتهر الشركة ليس فقط بكونها رائدة في مجال منتجاتها، بل أيضًا بكونها رائدة في مجال إدارة الأعمال.

أنجح شركات إنتاج الأشرطة اللاصقة

يتم بيع منتجات شركة Manco في منافذ البيع بالتجزئة وبالجملة المتنوعة والمنتشرة في الولايات المتحدة الأمريكية، بما في ذلك مراكز التموين الرئيسة ومحال بيع الخردوات ومراكز المستلزمات المنزلية ومتاجر التخفيضات. وكذلك يتم بيع منتجاتها في تسع وخمسين دولة أخرى من خلال الإيداع المباشر في حسابات الشركة والمتاجر المشتركة لبيع

مستلزمات المنتجات وكذلك المتاجر الموجودة بالقواعد العسكرية. وقد زادت مبيعات شركة Manco السنوية من ٨٠٠,٠٠٠ دولار عام ١٩٧١ إلى أكثر من ١٤٥ مليون دولار بحلول عام ١٩٩٦.

ويُعد الشريط اللاصق – الذي تنتجه الشركة والمعروف تجاريًا باسم Duck – أحد أشهر منتجاتها، كما يُعد المتحدث الرسمي باسم الشركة وبمثابة تميمة الحظ لها. وفي الوقت الحالي، يحتل الشريط اللاصق الذي تنتجه الشركة الصدارة في المبيعات الإجمالية؛ حيث يمثل نسبة ٣٦,٣٪ من أسهم سوق الأشرطة اللاصقة. وتُعد شركة Manco رائدة في صناعة الشرائط اللاصقة التي تُستخدم في دهان الأسطح والشرائط اللاصقة للسجاد والأسلاك الكهربائية والعلب الكرتونية.

وتشتهر شركة Manco بمبادئها المتعلقة بالاهتمام وتقديم المساعدة إلى المجتمع. ويقع المقر الرئيسي الجديد للشركة على مساحة ٣٨٧,٠٠٠ قدم مربع، والتي تمثل أكثر من مائتي فدان من مدينة صغيرة تقع على بُعد ٢٠ ميلاً غرب مدينة كليفلاند. ويعكس موقع المقر الرئيسي التعاون الحقيقي بين شركة Manco والقادة المحليين لصالح المجتمع بأسره. ويقع المركز الرئيسي في شارع Just Imagine Drive الذي يعتبر في الأصل شعار الشركة Just Imagine What our Duck can do for You. وقد أنفقت شركة Manco ما يقرب من ١٠٠,٠٠٠ دولار للقيام بأعمال تطوير وإصلاحات في الطريق والصرف الصحي والمياه لصالح ما يحيط الشركة من مجتمعات جديدة. وقد تم التحفظ

على ما يقرب من ٣٥٪ من أراضي ملك الشركة باعتبارها مناطق ذات رطوبة عالية. وقد استفادت المدارس العامة في المنطقة من التبرعات السخية من الشركة لصندوقها العام.

بيئة العمل في الشركة

يسود المرح والإبداع بيئة العمل التي تتسم بالحرية والتواصل والشفافية في تبادُل المعلومات، وفوق كل ذلك الثقة داخل شركة Manco. تؤمن شركة "Manco" أن الثقة هي حجر الأساس لكل ما تراه موضع تقدير؛ فهي تنمي الشعور بالانتماء داخل الشركة وخارجها، كما تستجدي حماس الموظفين (الزملاء) والعملاء والموردين ليساهموا في نجاح الشركة. ويمنح ذلك الشعور للموظفين الجرأة للمجازفة والاستمتاع بالعمل، وكذلك الحصول على المرح. وقد نتج عن ذلك تنمية روح العمل الجماعي والإخلاص بين موظفي الشركة. ولم تنجح هذه الطريقة في توفير بيئة عمل فعالة فقط، بل كانت أيضًا حجر الأساس لاستمرار العمل بنجاح.

وترجع حرية وشفافية تبادل المعلومات إلى برنامج التدريب المكثف الذي نظمته الشركة؛ حيث استمر هذا التدريب لمدة ثلاثة أيام بمساهمة سبعة وعشرين شخصًا مختلفًا ممن يمثلون عدة أقسام بالشركة، وقد ركز هذا التدريب على مبادئ الشركة وثقافتها وتاريخها.

وتحافظ الشركة على التواصل المستمر بين أقسامها عن طريق الاجتماعات التي تعقدها مرتين أسبوعيًا. وتختلف هذه الاجتماعات عن غيرها في أنه مسموح لجميع الموظفين حضورها، وليس لها جدول أعمال معين. ويتم تنظيم هذه

الاجتماعات على نسق اجتماعات مجلس المدينة، ويكون الهدف الرئيسي منها هو تبادل المعلومات؛ مثل مشاركة فكرة جديدة أو نشر أخبار عن الشركات المنافسة أو طرح قصة نجاح أو مناقشة مشكلة متعلقة بأحد الأقسام أو حتى إلقاء النكات (ولديهم جرس يقومون بقرعه عند سماع نكتة سخيفة). وعلى خلاف العديد من الشركات، اكتسب الموظفون (الزملاء) على كافة المستويات في شركة Manco مكانة وأصبح لهم تأثير من خلال ذيوع سياسة الشركة في تبادل المعلومات بشفافية وحرية.

العادات المميزة للشركة

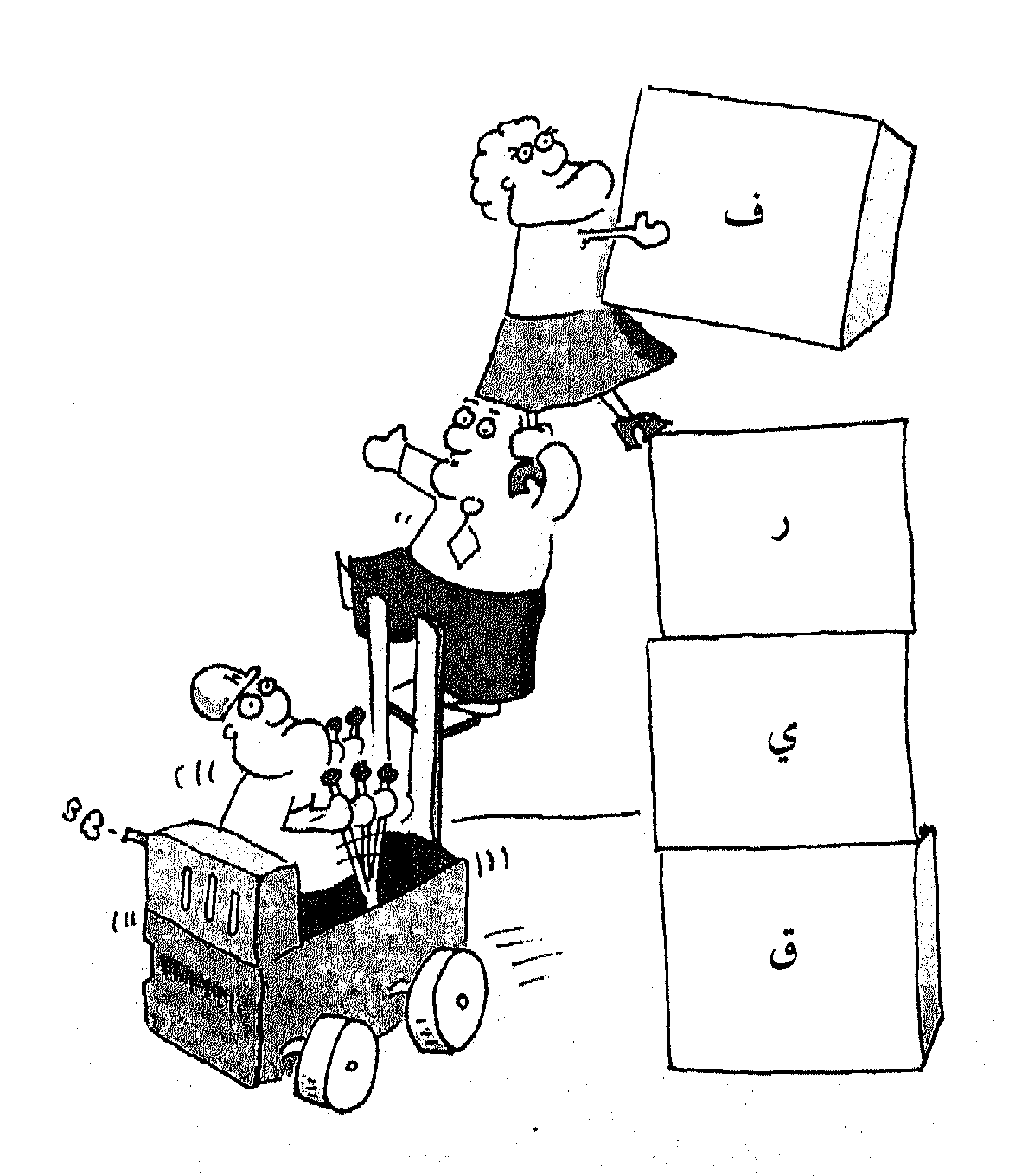
على الرغم من أن المرح هو نتاج مبادئ شركة Manco الأساسية ورؤيتها، فإنها تشتهر أيضًا ببعض التصرفات غير المعتادة من موظفيها. فخلال احتفالهم السنوي بسباق البط، يكون الموظفون في أقصى حالات سعادتهم وإبداعهم؛ حيث يثير هذا الاحتفال العديد من المواهب الغريبة مثل الغناء والرقص والعروض الإبداعية الأخرى.

وتُعد المسابقات الإبداعية التي تنظمها الشركة فرصة ملائمة لابتكار منتجات جديدة من منتجات الشركة وتسويقها. وقد تضمنت منتجات أحد الأعوام شبشب مصنوع من الأشرطة اللاصقة وعلب تغليف بلاستيكية وإنسان آلي وقفاز حراري يُستعمل كماسك لأواني الطهي الساخنة وكذلك لعبة على شكل ملعب لكرة القدم. ويقوم كل فرد بالتصويت على أكثر المعروضات ابتكارًا.

وتشتهر كذلك شركة Manco بالسباحة في بحيرة البط كوسيلة لتكريم أفضل أداء للمبيعات كما تم ذكر ذلك من قبل خلال الفصل.

وجدير بالذكر أن الشركة تضع بعض الإرشادات في ممراتها للإشارة إلى المكاتب شبيهة بتلك الخاصة بالطريق العام مثل: حي الإبداع والتجديد وزقاق أصحاب العادات الغريبة وطريق العمل الجماعي وحي الجامعة... كل ذلك تجده في أماكن العمل.

يقول "كيفين كروجر" – مدير قسم التواصل والتعليم: "الثقة تُفضي بنا إلى المرح، لذا يستمتع كلٌّ من عملائنا ومورِّدينا وزملائنا بالعمل معنا؛ مما يؤدي إلى تنمية عملنا ويساهم بقدر كبير في نجاحه".



استعن بوسائل جديدة للمرح لبناء فريق العمل

الفصل السادس

استعن بوسائل جديدة للمرح لبناء فريق العمل

إن المرح بمثابة الرابط الاجتماعي الذي يعمل على تقوية أواصر العلاقات بين أفراد الفريق؛ حيث إنه يُولِّد الثقة اللازمة التي تمكّن أفراد الفريق من أداء العمل الجماعي بصورة أفضل. كما أنه يخفف من حدة التوتر الطبيعي الذي ينشأ بين الأفراد نتيجة العمل معًا. ومن ثَمَّ؛ فهو يُمثل الحجر الأساسي لفرق العمل التي تسعى إلى تحقيق هدف أسمى من أهدافها الخاصة.

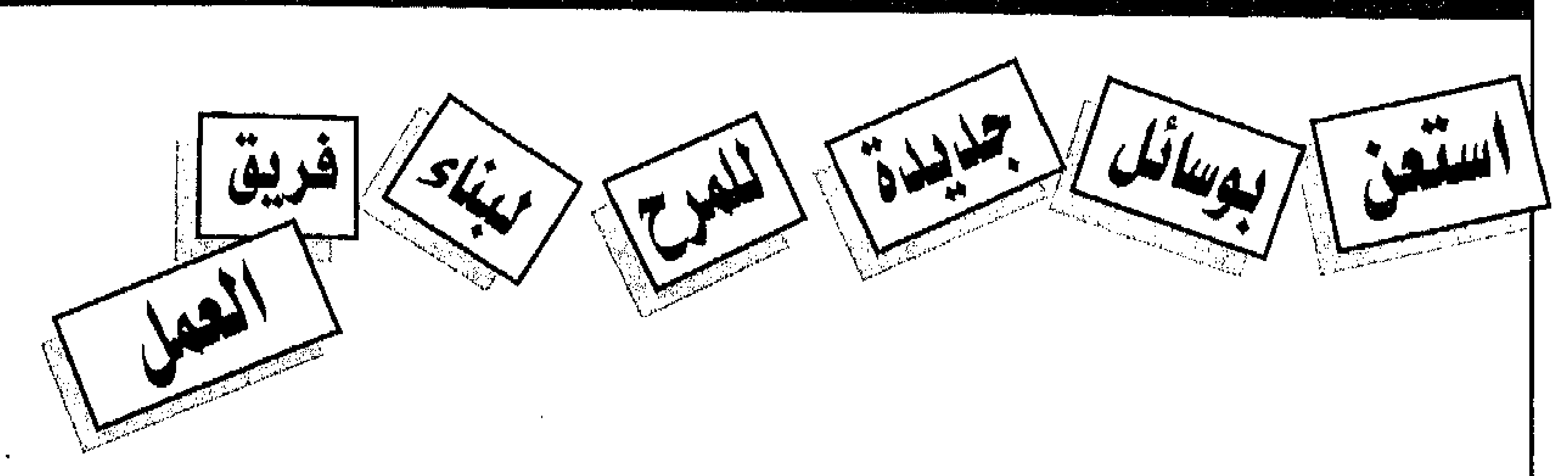
وتجدر الإشارة إلى أن المرح والإنتاجية ليسا بالنقيضين. فقد روى "بوب فليبزاك" - محرر مقالات بمجلة Training - تلك القصة التي قصها عليه "مات وينستين" - مستشار المرح ومؤسس شركة Playfair - والتي تدور حول موظف أثبت لرئيسه أن فريقه يمكنه أن يتعاون في إنجاز المهام الموكل بها دون نشوب خلافات بين أفراده مع التنويه إلى حدوث كل ذلك بجانب الجمع بين العمل والمرح.

وهذه قصة موظف تقدم إلى رئيسه بفكرة مرحة؛ حيث اقترح أن يتم السماح للموظفين في أول أيام الربيع بالخروج إلى الهواء الطلق لعقد

مسابقة للطائرات الورقية. ولم يستجب المدير لهذه الفكرة، بل ووصفها بأنها تافهة ودون جدوى. وبعد أن أجرى الموظف الجريء مناقشة مع زملائه، عرض اقتراح بديل وهو إذا نجح أعضاء الفريق في إحراز ١٥٠٪ من الهدف الإنتاجي بحلول الساعة الثالثة عصرًا، يسمح لهم المدير بأخذ استراحة لمدة ساعة لعقد هذه المسابقة. وبالطبع نجح الفريق في تحقيق هدفه وبالتالي وفى المدير بوعده معهم وسمح للموظفين بهذه الساعة المتفق عليها ليلعبوا بالطائرات الورقية ولكن المفاجأة كانت بعد ذلك حين قال لهم المدير: "لقد استطعتم إحراز هذا الهدف بهذه الكفاءة خلال ساعات عمل أقل، فلكم أن تتخيلوا مقدار العمل الذي يمكن أن تنجزوه إذا استمررتم في العمل طوال اليوم". (لقد أخفق في إدراك الهدف من وراء هذه الفكرة.)

وفي الأسبوع التالي، تقدم الموظفون بالصفقة نفسها ولكن مع تغيير الشرط؛ حيث اتفقوا أنه إذا تمكنوا من تحقيق الهدف، سيكون على المدير دعوتهم جميعًا لتناول المثلجات. وعند هذه اللحظة، أدرك المدير الهدف من وراء ذلك، وهو أن المرح والإنتاجية ليسا بالنقيضين، بل على العكس فكل منهما يكمل الآخر.

ومن ثَمَّ؛ قم بإشاعة جو من المرح في فريقك، وسترى بعينك إلى أي مدى يمكن للعمل مع زملائك أن يصبح منتجًا وممتعًا في الوقت نفسه.



جاء في عدد أغسطس من عام ١٩٩٥ لمجلة Agency Sales اقتراح بتشجيع الموظفين على أخذ فترة استراحة مخصصة لتبادل الأفعال المرحة يوميًا. فيمكن لاستراحة جماعية يغلب عليها المرح أن تساعد على بناء الفريق وتحسين عملية التواصل داخله وكذلك رفع الروح المعنوية للموظفين. ويمكن لفترة الاستراحة المعتادة أن تتحول إلى استراحة خاصة لتبادل المرح بين الموظفين، وذلك عن طريق تعليق بعض الصور والتعليقات المرحة في غرفة الاستراحة، الأمر الذي يسهل إثارة المرح والضحك.

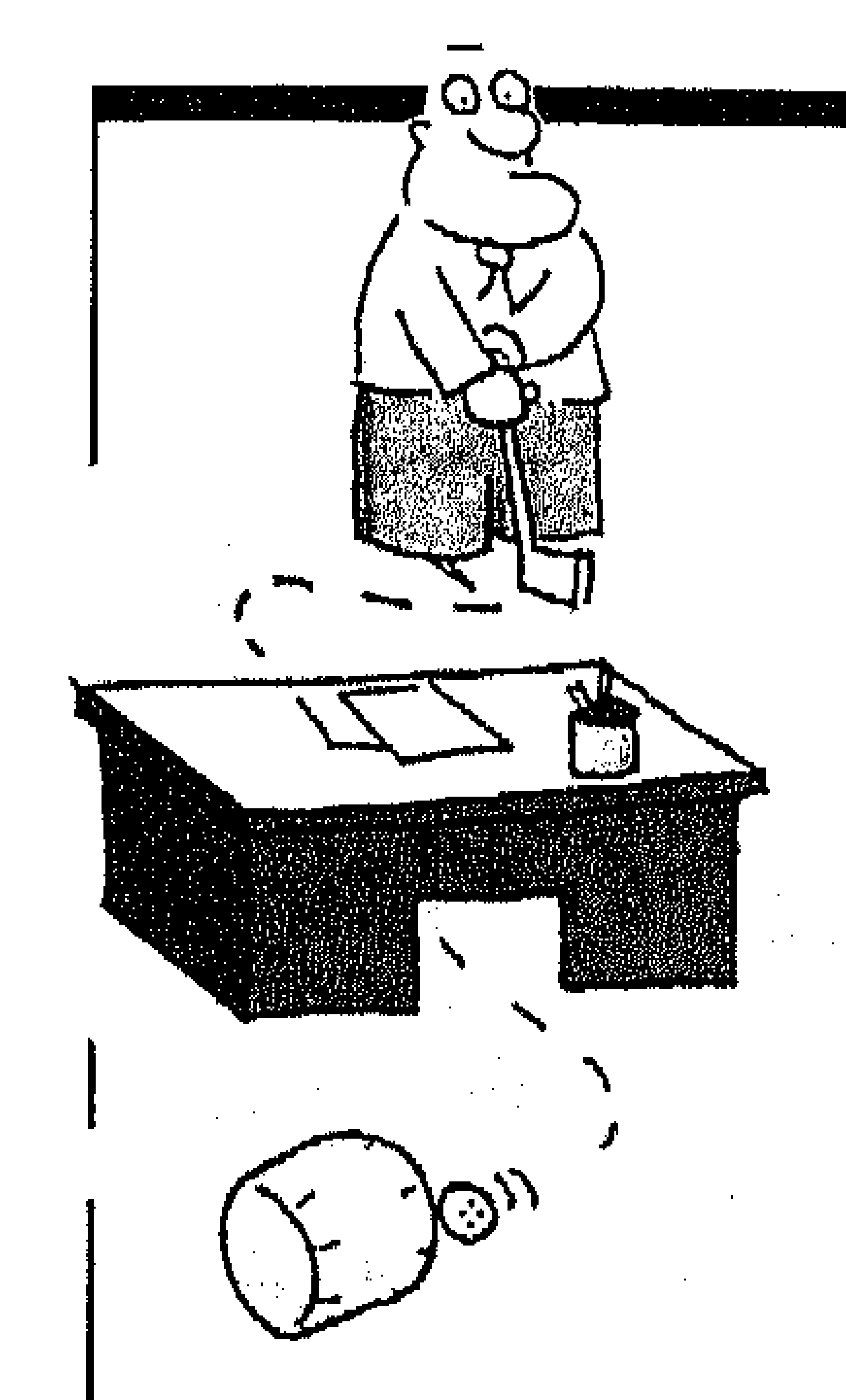
▼ ▼ ▼

ذكرت "تريسا بيري" من شركة Informix Software بمدينة "مينلوبارك" بولاية كاليفورنيا قيام أحد فِرق المبيعات بإعداد العصائر كمشروع جماعي. فبعد تشكيل الفريق، ذهبوا إلى أحد أكبر محال العصير وطلبوا منه تعبئة العصير في زجاجات. وبعد انتهاء هذا المشروع، قاموا بشرب بعض من العصير الذي أعدوه كوسيلة للاحتفاء بثمار مجهودهم.

كوسيلة لتعزيز العمل الجماعي داخل شركتي، ينظم طاقم العمل بأكمله مرتين سنويًا مباراة البيسبول في موقع العمل. فنبدأ يومنا بتناول الطعام في ساحة انتظار السيارات الخاصة بالشركة، ثم نتوجه لقضاء بقية اليوم في مكان الملعب المفترض. وقد اكتشفت أن تحويل مكان العمل إلى مكان لإقامة الحفلات يمكن أن يُحدِث تأثيرات طويلة المدى على طاقم العمل. ولا أقصد فقط طول فترة استنشاقي لرائحة السجائر والطعام لعدة أيام تالية في المكان، ولكنني أقصد أيضًا ما نتج من عقد صداقات حميمة مع الموظفين نتيجة قضاء وقت ممتع معًا. وبالإضافة إلى ذلك، يكون من الصعب أن يضيق صدرك من تصرفات موظف ما كنت تستمتع بقضاء الوقت معه أمس.

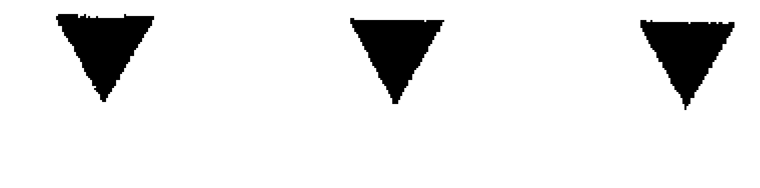
▼ ▼ ▼

يُعد الخروج للعب الجولف من الأنشطة الترفيهية الشائعة في العديد من الشركات. وعلى الرغم من أنه يُعد نشاطًا ممتعًا، فللأسف لا يستمتع به إلا من يجيد لعب الجولف. وقد وجدت شركة EDS طريقة ليستمتع



كل فرد بنشاط الجولف الترفيهي؛ فأنشأ أفراد كل قسم بالشركة نموذج مصغر من ملعب الجولف في المكتب؛ حيث استخدموا كل ما يحتويه المكتب من مجلدات وكراسي ومكاتب لعمل العقبات التي تواجه لاعبي الجولف، كما قاموا بتقديم الوجبات الخفيفة وتزيين مكان اللعب.

وهكذا، عملت الشركة على زرع الشعور بالفخر بين أقسامها.



إذا خشي الموظفون ارتكاب الأخطاء، فلن يقوموا بالتجارب وتحمل نتائج تجاربهم. ولكي يتم توفير بيئة تعتبر الأخطاء فرصًا للتعلم، اقترح "ستيف ويلسون" إنشاء لجنة التنبيه إلى الأخطاء. ولكي تكون عضوًا في هذه اللجنة، عليك اتباع التعليمات البسيطة الآتية:

١- اختر الأعضاء من منزلك أو عملك أو قسمك أو فصلك الدراسي أو من أي مكان تختاره.

٢- وزِّع شارات على شكل عربة إسعاف على أعضاء اللجنة لتمييزهم.

٣- درِّب أعضاء اللجنة جيدًا على طبيعة مهمة اللجنة.

٤- أعطِ كل الأفراد الموجودين في المكان تعليمات بأنه في حالة حدوث أي شيء؛ سواء كان يسبب التوتر أو الإحباط أو السخط أو الضيق أو خلل في العمل يثير الفوضى في المكان، يتم إصدار العبارة المتفق عليها؛ مثل: "إنني في حاجة إلى لجنة التنبيه إلى الأخطاء".

٥- سيجتمع أفراد اللجنة بسرعة حول المشكلة مرتدين الشارات ثم يبدءون في تكرار صوت يشبه صفارة الإنذار الخاصة بسيارة الإسعاف وهو الصوت الذي يشير إلى إصلاح خطأ وتقديم الإسعافات الأولية لخطأ قد وقع بالفعل. ولا يجب أن يستمر هذا الصوت لأكثر من دقيقة، بعدها يعود كل فرد إلى العمل.

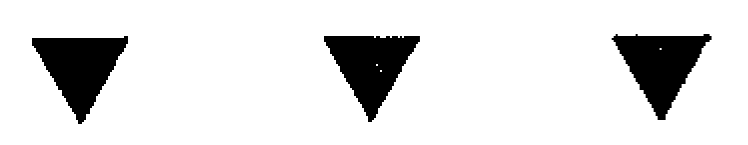
▼ ▼ ▼

في إحدى دور النشر الموجودة بمدينة سان فرانسيسكو، دائمًا ما يحاول طاقم العمل تنظيم نزهات جماعية للذهاب إلى دور السينما أو متاجر الألعاب ثلاثية الأبعاد أو أحد مصانع إنتاج العصائر... وهكذا. ولكي يختاروا الأماكن التي يذهبون إليها، يضعون لوحًا أبيض للكتابة في قاعة تناول الغداء لكي يستطيع أي شخص اقتراح الأشياء التي يمكن أن يقوموا بها

معًا. ويمكن لمن يبدي اهتمامًا من طاقم العمل تجاه نزهة معينة أن يكتب اسمه ويساهم في تنظيم هذه النزهات الجماعية. وجدير بالذكر أن هذه اللوحة دائمًا ما تمتلئ بالأفكار المرحة والمثيرة.

▼ ▼ ▼

قام أحد فِرَق العمل بمركز Arthur Andersen Center for Professional Education بتطبيق عدة أنشطة مرحة لمساعدة الأفراد على استخدام مخيلاتهم وتنشيط تفكيرهم. فقد قاموا حديثًا بتكوين كلمات من الأحرف المكوِّنة لأسماء أعضاء الفريق. ومنذ عدة سنوات مضت، رسموا شفافيات تحمل صورة بقرة ثم قاموا بتوزيع نُسخ من هذه البقرة ليتيحوا الفرصة للأفراد بوضع لمساتهم الفنية، فجاءت النتائج كالآتي: بقرة تقف على لوح يُستخدَم لممارسة رياضة ركوب الأمواج وبقرة ذات لون أصفر... إلخ.





"حين أستمتع، أُصبِح أكثر قدرة على الإنتاج كما لو كان العمل ينتهي وحده."

ساندي تيلوتسون

مسئولة تدريب

قام الموظفون بمركز Arthur Andersen بتشكيل مجموعة أُطلِق عليها "منظمي النشاط الترفيهي". وتهدف هذه المجموعة إلى تزويد العاملين بقسم جمع الضرائب المتعلقة بالتعليم بالطاقة وتجديد حيويتهم ونشاطهم، وذلك بأن توفر لهم الفرص للعمل الجماعي وكذلك للتفاعل الاجتماعي. وتقوم هذه المجموعة بتنظيم ثلاثة أو أربعة أحداث اجتماعية سنويًا، وقد حققت هذه الاجتماعات نجاحًا سابقًا في نسبة الحضور. وتحصل هذه المجموعة على إجازة سنوية لمدة أسبوع، وتقوم بعقد حفلات ومسابقات من الجاني ورحلات لحضور الأحداث الرياضية المحلية.

▼ ▼ ▼



"تدرك العديد من الشركات الرائدة أن الموظفين الذين يقضون أوقاتًا مرحة ويضحكون معًا يستمرون في العمل معًا وتزداد قدرتهم على الإنتاج والابتكار، وكذلك قدرتهم على العمل كفريق واحد."

برادفورد سويفت

مجلة HR، مارس ١٩٩٤

دائمًا ما كانت حفلات التعريف وسيلة لإنشاء صداقات حميمة وزيادة الترابط داخل المؤسسات أو فرق العمل. وما دام فريق العمل يتسم بالمرح ولا يتسم بالبخل في المشاعر، فيمكن أن يستعين بحفلات التعارف لتبادل الخبرات. ويتبع فريق كليفلاند للبيسبول تقليدًا غريبًا أثناء التعريف بالمستجدين على الفريق. فبينما يشاهد اللاعب الجديد المباراة من المدرج، يقوم لاعب البيسبول الماكر "دينيس مارتينز" بالتسلل خفية إلى مكان جلوس ذلك اللاعب ويضع فقاعة مليئة بالهواء مصنوعة من اللبان فوق القبعة التي يرتديها.

وللأسف، لا يدرك اللاعب وجود هذه الفقاعة حتى تظهر صورته على شاشة العرض الموجودة بالاستاد أو على شاشات التليفزيون المحلي.

يرى "جيم بالك" أن اجتماع أوليمبيات المائدة المستديرة الذي تعقده شركة J.P.Horizons يعد من أشهر الاجتماعات المتعارف عليها.

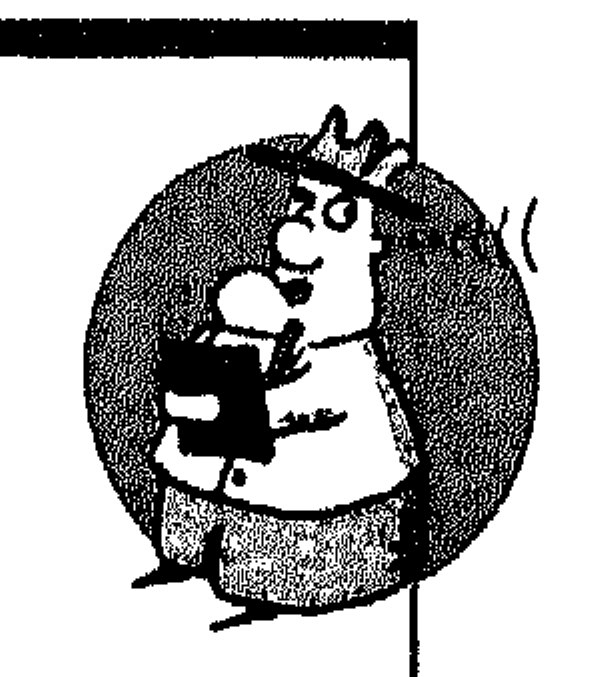
ويتكون الاجتماع من مجموعة من الفِرق التي تناقش أهم شؤون الشركة، والتي تتكون بدورها من مجموعات صغيرة مكونة من عشرين فردًا أو من مجموعات كبيرة مكونة من ثلاثمائة فرد. ويتكون كل فريق من أشخاص يمثلون كل قسم من أقسام الشركة، والذين يقومون بتبادل الأفكار وخطط العمل. ويتم تزيين الطاولات بالبالونات وشرائط الزينة الملونة وتقديم الحلوى واللبان وكميات كبيرة من الفيشار أثناء الاجتماع كمحاولة لإضفاء جو الاحتفال المرح عليه.

وبعد أن تتم مناقشة الموضوعات كافة، ينهض الحضور ويتنافسون في إحدى الألعاب الأوليمبية (كرة السلة أو كرة القدم أو الجولف أو الهوكي أو رمي الأقراص). وقد ساهم المرح الناتج عن دمج هذه الأنشطة بالاجتماعات التي يتم خلالها مناقشة قضايا الشركة المهمة في زيادة قدرة كل فرد على إنشاء صداقات حميمة، كما ساعد على التفكير

الصائب الذي ينتج عنه مدخلات عمل قيمة. وبالإضافة إلى ذلك، يتم إضافة بُعد جديد إلى المرح؛ حيث يحاول كل فريق إحراز الميداليات الذهبية والفضية والبرونزية. وكما يقول "جيم": "في كل مرة نقوم فيها بمثل هذا الاجتماع، يحدث شيء عجيب. فيتم إثبات المرة تلو الأخرى أن الأشخاص يبذلون قصارى جهدهم حين يستمتعون بعلمهم عما يكونون عليه عند العمل تحت ضغط".

ومهما كانت الطريقة التي يستعين بها الأفراد لإضفاء المرح في عملهم؛ سواء أقاموا برمي الأقراص أم برؤية العروض التليفزيونية التي يفضلونها أم بالجلوس على كيس كبير من القماش مليء بالكرات المطاطية الصغيرة - والذي يُستخدم أساسًا لهذا الغرض - أم بتلوين الصور أم بالرقص باستخدام طوق دائري من الخشب أو البلاستيك يدار حول الجسم بحركات جسدية دائرية أم باللعب بمسدسات الخرز أم بتعليق الزينات في المكاتب، فإنهم يشعرون بالنشاط حين يستمتعون بعملهم كما يكون لديهم الاستعداد للتعلم والتفكير بإيجابية وكذلك القدرة على تقديم أداء أفضل.

▼ ▼ ▼



"يكمن المرح في النظر إلى المهام على أنها تحديات يستمتع المرء بتجاوزها."

ستاسي يوسم

مطوِّرة المناهج بشركة **BOCA International**

▼ ▼ ▼

كتبت "بريندا بيك" في عدد يونية لعام ١٩٩٥ من مجلة Personnel Journal: "يشارك الموظفون الجدد في شركة Southwest Airlines في نشاط يهدف إلى إثبات أن الإبداع يحدث نتيجة العمل الجماعي؛ حيث يتم إعطاء فريق مكون من ثمانية أفراد اثنتي عشرة مصاصة للشرب وأربعة شرائط عازلة لاصقة رفيعة وبيضة نيئة. والهدف من هذا النشاط هو تصنيع شكل ما في سبع دقائق يحمي البيضة من الكسر حين يتم قذفها من على ارتفاع عشرة أقدام. ويتم بسط البلاستيك ويكون عليهم أن يجربوا ما اخترعوه، وتتراوح المشاعر حينها ما بين فرح وإحباط".

وبعد أن ينتهي الجميع من تجاربهم، يستمع كل فريق إلى الفريق الآخر وهو يحكي خطوات تنفيذ الاختراع. ويعتمد نجاح الفريق على العوامل الدافعة التي أثرت عليه مثل إلى أي مدى حاولوا الخروج عن المألوف؟ مَن صاحب الفكرة التي قاموا بتنفيذها؟ كيف استطاعوا التعرف على خبرات الأعضاء واستخلاص الأفكار؟ "والدرس الأساسي هو تشكيل عمل جماعي ناجح خلال فترة زمنية محددة. ودائمًا ما يكون هناك فريق واحد ناجح في ذلك."

خلال عملي بأحد الفِرَق مؤخرًا، طلب أعضاء هذا الفريق الاستمرار في ممارسة طقس معين عند نهاية كل اجتماع، وهو كتابة ملاحظة إيجابية. وكاستجابة لهذا المطلب، طالبت بإيجاد أفكار جديدة لختام الاجتماع. وقد تطوع أحد أعضاء الفريق بابتكار هذا التدريب الذي قمنا بتطبيقه كما سيتم توضيحه فيما يلي.

فقد وقف أعضاء الفريق في دائرة ممسكًا كل منهم بيد زميله - إذا أراد ذلك، على أن نقول "ها" بصورة مستمرة وبصوت مرتفع لمدة دقيقة كاملة. ويا للعجب! فلم أظن أبدًا أن الدقيقة الواحدة مدة طويلة كما شعرت.

وقد جاءت النتائج جديرة بالملاحظة؛ فحتى أكثر أفراد المجموعة عبوسًا لم يستطع منع نفسه من الابتسام، وقد اشتد صوت الضحك إلى اللحظة التي انتهت فيها الدقيقة.

ومن ثَمَّ؛ فقد أنهينا الاجتماع ومعنوياتنا مرتفعة.

▼ ▼ ▼

إذا أردت إيجاد طريقة ممتعة لدفع فريقك إلى الخروج من القوالب والأنماط التقليدية في التفكير، فعليك لعب لعبة شبيهة بتلك التي ابتكرتها "جيل نيومان" من شركة American Management Systems. فقد قامت خلال فترة تدريب الفِرق بإعطاء كل فريق مجموعة من الكروت التي تُستخدَم في حل لغز في مجال إدارة المشروعات. وحين بدأ أعضاء الفِرق العمل في حل اللغز، بدا واضحًا أنهم لا يمتلكون كل الكروت التي يحتاجونها للتوصل إلى حله. وفي النهاية، توصل أحد الفرق إلى أنه يمكن التوصل إلى الحل بالتعاون مع الفرق الأخرى في فترة التدريب. وقد وجدت "جيل" أن هذه هي الطريقة المثلى لتوضيح كيفية التفكير الإبداعي، وكذلك كيف يمكن لتبادل المهام بين الفرق أن يؤتي ثماره.

▼ ▼ ▼

يعتبر سباق The Pine wood Derby، أحد سباقات تصميم السيارات، من التقاليد المميزة لمؤسسة Cub Scout والتي ظلت تنظمه لسنوات عديدة. وفي إحدى الضواحي التي تمارس فيه هذه المؤسسة نشاطها، قامت المؤسسة بإضفاء المزيد من المرح والإثارة والحيوية على سباقها عن طريق دعوتها لشركات الهندسة المحلية والجامعات للانضمام إلى السباق. ولقد عملت المؤسسات التي شاركت في السباق على تصميم سيارة سباق مثالية. وقد كانت المسابقة مناسَبة مرحة للفخر بالخبرة التي تمتلكها هذه المؤسسة، كما أنها ساهمت في جمع مبالغ كبيرة كتبرعات لدعم أنشطة المؤسسة في تعليم الشباب بعض المهارات اليدوية العملية.

غالبًا ما يتسم مدراء البنوك بالتحفظ والانطوائية، ولكن مجموعة من كبار مدراء بنك Central Bank And Trust بمدينة "فورت وورث" بولاية تكساس كسروا هذه القاعدة في احتفالاهم بآخر عيد رأس السنة.

تسمح العديد من الشركات بل وتشجع موظفيها على ارتداء الملابس التنكرية في احتفالهم بمناسبة رأس السنة، وأحيانًا يشارك الموظفون الإداريون التنفيذيون في هذه الاحتفالات. ولكنَّ المدراء التنفيذيين ببنك Central Bank and trust فاق احتفالهم كل هذه التقاليد.

فقد قامت المراكز الرئيسة للبنك برعاية مسابقة أفضل زي تنكري؛ حيث تم تقديم الجوائز إلى الموظفين أصحاب أفضل ملابس تنكرية في فروع البنك الستة والعشرين. وفي محاولة لمسايرة أجواء العطلات، بدأت تنتقل مجموعة من كبار المدراء التنفيذيين الحكام في هذه المسابقة من فرع إلى فرع آخر لتقييم الملابس التنكرية لطاقم عمل هذا الفرع. وما زاد من الاستمتاع بهذه المسابقة هو أن المدراء قد ارتدوا ملابس تنكرية تحاكي تلك الخاصة بهيئة رجال القضاء الإنجليزي حيث ارتدوا شعر مستعار وملابس القضاة؛ مما تسبب في إضفاء الكثير من المرح. وقد استمتعوا كثيرًا بقضاء الوقت مع موظفيهم إلى الدرجة التي دفعتهم إلى إنفاق أكثر من ألفي دولار لشراء الهدايا والجوائز ومنحها للموظفين بالفروع المختلفة.

وهكذا، كان احتفال رأس السنة فريدًا من نوعه ولن ينساه الموظفون.

▼ ▼ ▼



"يمكن تصنيف المرح على أنه من أساليب الإدارة الأكثر فاعلية، والتي تقوم بعدة مهام. فعلى سبيل المثال، يمكن أن يُستخدَم المرح كوسيلة للتكيف مع المواقف المختلفة أو لتسهيل إجراء المفاوضات أو كطريقة للتواصل، وكذلك يمكن أن يُستخدَم

كوسيلة تعليمية والتحفيز وكدافع للإبداع وكوسيلة للتغلب على الظروف والمواقف الصعبة... وغير ذلك الكثير."

فرانك بورك

مجلة HR، أغسطس ١٩٩٥

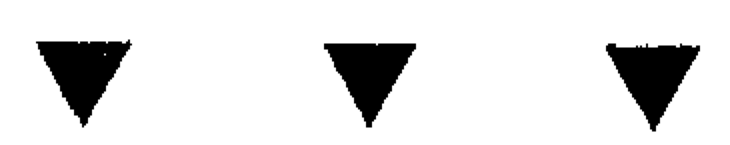
▼ ▼ ▼

تدرك "بيلي دافيز" من شركة Davis and Associates بمدينة سياتل بولاية واشنطن، صعوبة إيجاد وقت كافٍ تمضيه مع فريقها دون مقاطعة من أحد. وقد وجدت أن أنسب وسيلة للحصول على ذلك الوقت هي عقد اجتماعها مع فريقها على سطح مركب في وسط البحر.

وتذكر "بيلي" أيضًا أنهم يقدمون الجوائز لمن يرتكب أكبر خطأ في كل شهر. (أتمنى ألا يعني ذلك أن يضطر الفائز إلى القفز من السفينة.)

أدركت "كاثلين فيتزيسيمونز" من شركة Cleveland Clinic Foundation، أن تنظيم احتفال بأي منتج يُعد وسيلة جيدة لتوفير فرصة لإضفاء

قليل من المزاح والمرح على مكان العمل. فإقامة مثل تلك الحفلات يكسر الروتين اليومي للعمل؛ حيث يتم تغيير قضاء فترات الغداء بالطرق التقليدية أو الروتين اليومي بعد الانتهاء من العمل. بالإضافة إلى قضاء وقت ممتع بعد العمل الشاق، ربما يعود الفرد إلى منزله ومعه هدية لطيفة.

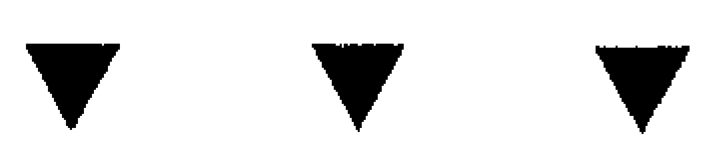




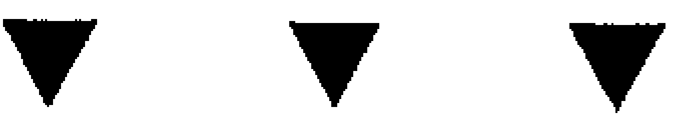
"الإبداع يعني أن تسمح لنفسك بارتكاب الأخطاء، والمهارة تتمثل في انتقاء الأخطاء التي يفضل الاستمرار في ارتكابها."

سكوت آدمز

كتاب The Dilbert Principle



تُعد عملية إطلاق اسم ما على فريقك إحدى الطرق الشهيرة لتنمية الروح الجماعية؛ سواء داخل العمل أم خارجه. وتذكر "آيلين هانا" - من شركة MAMTC بمدينة وتشتو بولاية كانساس - أن الأسماء التي أُطلِقت على فِرَق العمل كانت بمثابة انعكاس لشخصيات أفراد الفريق، وقد تمت تسمية الفِرق بأسماء بعض الأفلام.



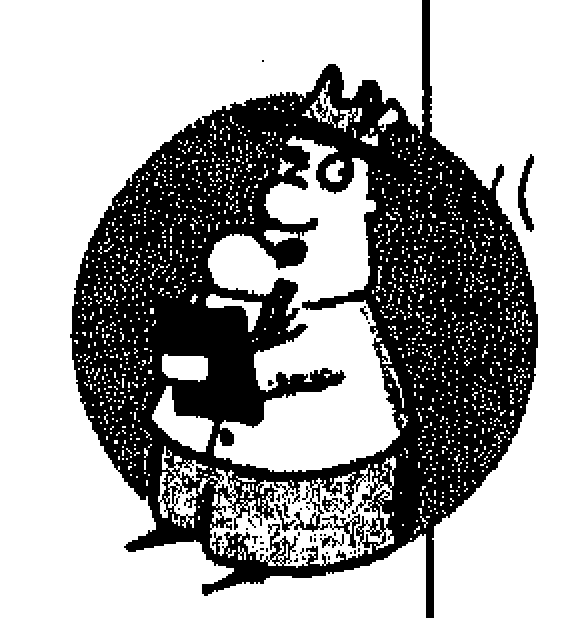
يقوم "كيزر بيرمانينت" بإعلان أسماء الفِرق الفائزة بجوائز العمل الجماعي المثمر خلال اجتماعات الأقسام. ويتم تشجيع كل فريق فائز على اشتراك أعضائه في إنفاق جائزتهم - التي تبلغ مائة دولار - للقيام بشيء ممتع كمجموعة عمل واحدة. وقد قام الفائزون السابقون بأشياء مثل شراء تذاكر لحضور إحدى مباريات البيسبول المقامة بمدينة أوكلاند، متضمنة الطعام والشراب، وذلك خلال أحد أيام العمل، أو قضاء يوم جميل بإحدى القرى الريفية.

وفي شهر ديسمبر من كل عام، يقوم "كيزر" بالتعاون مع فريق عمله بتنظيم أحد الأنشطة المرحة التي تدعم الروح الجماعية بين أعضاء الفريق. وفي إحدى السنوات أثناء اجتماع القسم، تم تشكيل الفِرق وأُعطيت الأدوات المناسبة وتم تكليفها بإنشاء أبنية مستشفيات ومباني طبية من عجينة كعك الزنجبيل، وهو نشاط يحاكي طبيعة نشاط الشركة في الواقع حيث تعمل في مجال التشييد والتعمير. وقد كانت تلك المهمة بمثابة تسلية لطيفة؛ حيث تشاركوا جميعًا في إنشاء مشروع باستخدام مادة صالحة للأكل.

يقوم "لاري دينيس" - مدير شركة Turbo Management Systems - بإضفاء المرح على مكان العمل عن طريق وضع خطة أهداف المبيعات وتوضيحها. ويقول "لاري": "إنه في حالة نجاحنا في تحقيق الهدف

الشهري للمبيعات بتفوق، يقوم فريق المبيعات بأسره بنزهة جماعية خلال فترة ما بعد الظهيرة يوم الجمعة. ويفوز مندوب المبيعات الذي ساهم بقدر كبير في تحقيق هذا النجاح بمهمة تنظيم برنامج هذه النزهة. وتنوعت نزهاتنا؛ حيث قام الفريق بأكمله بركوب موتوسيكلات البحر. وفي مرة أخرى، قمنا بركوب الحنطور وكذلك الذهاب للعب الجولف والبولينج وأيضًا تقاذُف الكرات المليئة بالطلاء. وفي إحدى النزهات، زرنا معرض سور الصين العظيم. وفي كل نزهة من تلك النزهات، نقوم بتناول الطعام. وجدير بالذكر أن هذه النزهات ساعدت على إحداث التقارب بيننا. ومن الأسرار الأخرى، أننا نقوم أيضًا بالتقاط العديد من الصور، وتظل هذه الذكريات السعيدة في ذاكرتنا فنتمكن من إحراز أهداف الشهر المقبل".

▼ ▼ ▼

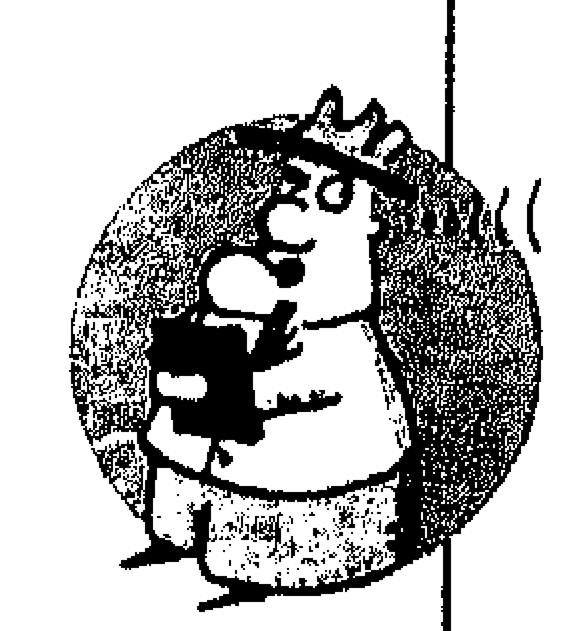


"ربما لا نتمكن من قياس المرح، ولكننا حتمًا نشعر بتأثيره."

تيم زيسكا الابن

شركة Ziska Architects and Associates.

▼ ▼ ▼



"يتيح المرح الفرصة للمجازفة دون خشية العواقب، وكذلك السخرية من المواقف شديدة الخطورة."

سندي ماكسي

من شركة **Maxey Creative**

▼ ▼ ▼

تتذكر "سالي هدسون" أحد الطقوس المرحة فتقول: "لقد كان والدي يعمل طوال حياته مندوبًا للمبيعات بإحدى الشركات لتسويق الورق. وكل عام، كان يتم تقسيم مندوبي المبيعات إلى فريقين؛ حتى يتنافسا من أجل تحقيق أعلى نسبة مبيعات. في شهر أكتوبر، كان يتم إعلان النتائج؛ ومن ثَمَّ يجتمع الفريقان لتناول العشاء السنوي المكوَّن من اللحم والفول؛ فيتناول الفريق الفائز اللحم بينما يتناول الفريق الخاسر الفول. وقد كان ذلك الطقس رائعًا فهو يشجع على المنافسات الشريفة وقد أصبح جزءًا من الطقوس التي تقوم بها شركة Fraser Paper.

▼ ▼ ▼

قد يتسبب قيامك بجمع الأموال في أن تشعر بالخجل. فإذا كنت تعمل لدى إحدى المؤسسات التي تقوم بجمع التبرعات، فيمكنك أن

تتخطى الصعوبة التي تواجهها في طبيعة عملك وتُحوِّلها إلى مناسبة للشعور بالمرح.

▼ ▼ ▼

يمكنك تعزيز جهودك لجمع الأموال والتبرعات من أجل القضايا المهمة من خلال أساليب مرحة وأنشطة ترفيهية عديدة؛ فجمع التبرعات ليس نشاطًا عسيرًا إذا نظمته على هامش حدث آخر ترفيهي تحبه. فعلى سبيل المثال، نظِّم إحدى الحفلات التي تقوم على هامش نشاط جمع التبرعات، أو نظم مسابقات لعب البينجو والتبرع بجوائزها، أو نظِّم حفلة لتناول البيتزا والآيس كريم للأقسام التي سيساهم كل أفرادها في التبرعات، أو اعقد مسابقة تكون الجوائز فيها ملائمة لموارد الشركة مثل: توفير أماكن مجانية لانتظار السيارات ومنح أيام إجازات إضافية وكذلك منح تذاكر لحضور المناسبات الخاصة؛ فالوسائل والأساليب لا حصر لها.

▼ ▼ ▼



تحيط بنا من كـل جانـب الأفكـار المرحـة التـي تساعد في بنـاء الفريـق، والتـي تـأتي مـن المواقـف اليومية والفنون والموسيقى والأفلام. ويعمل دمـج هذه الأفكار مع مهامنا اليومية عـلى تجديـد الطاقـة والحيوية والنشاط وإتاحة منظـور جديـد للأمـور. وإنه لشيء مرح أن تقوم بتشكيل فِرق جديدة. فمن أفضل أفلامي فـيلم Apollo 13؛ حيـث إنـه مـليء بالأمثلة على بناء الفِرق الناجحة وحـل المـشكلات والقيادة الفعالة.

نموذج يحتذى به في نشر المرح

أنشطة المرح بشركة Redhook

لقد قام كلٌ من "بول شيبهان" و"جوردون بوكر" – مؤسسا Starbucks Coffee – في أوائل الثمانينيات من القرن العشرين بتأسيس شركة Redhook في أحد الضواحي القريبة من مدينة سياتل. وقد أدركت الشركة أن المرح ينتج عن تقدير الشركة لإسهامات كل فرد في نجاحها. ومن ثَمَّ؛ فقد ساعدت تلك البيئة التي تتسم بالثقة والتقدير لكل العاملين على إيجاد عمالة قوية ومتنوعة ومنتجة، والتي شهدت نمو شركة Redhook من شركة محلية إلى إحدى الشركات القومية التي شهدت زيادة سنوية ضخمة في كلٍ من المبيعات والإنتاج.

تقدم الشركة وتطورها

• لقد نمت شركة Redhook من مجرد كونها إحدى الشركات النامية في عام ١٩٨١ بمعدل إنتاج ١٥٩,٠٠٠ عبوة إلى واحدة من أنجح شركات إنتاج مشروبات الشعير في الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث تجاوز إنتاجها عام ١٩٩٦ عدد ٣٠,٢١٠,٠٠٠ عبوة. وقد افتتحت شركة Redhook مؤخرًا ثالث فرع لها بمدينة "بورتسمث" بولاية نيوهامشير، لتكمل به تسلسل العمل في مؤسستيها الاثنتين بولاية واشنطن. وهكذا، فإن افتتاح الفرع الثالث، وما عقبه من اتفاق توزيع مع شركة Anheuser-Busch، قد ضمن النمو المستمر لمنتجات الشركة وانتشار توزيعها في كل أنحاء الدولة.

ولم تكن شركة Redhook باعتبارها شركة صغيرة ناشئة تمتلك خططًا ثقافية مُعدَّة مسبقًا. ولكن تطورت ثقافتها بصورة أساسية وتمحورت حول أفراد من مُحبي مشروبات الشعير؛ حيث أدى ولع الموظفين بمشروبات الشعير إلى تشجيع الإبداع والمرح لديهم. ففي حقيقة الأمر، لا ينظر العديد من الأصدقاء وأفراد العائلة إلى موظفي شركة Redhook على أنهم يؤدون عملاً، بل ينظرون إليهم على أنهم يعملون من منطلق ولعهم بمشروبات الشعير.

وانطلاقًا من معرفتي الوثيقة بالعديد من الشركات التي تتسم بالمرح في سياسة العمل الخاصة بها، أُدرك أن نجاح الشركة في توفير المرح بها لم يقم فقط على بعض الأشياء التي تقوم بها الشركة وتضفيها على بيئة العمل بها، بل يعتمد نجاحها أيضًا على بعض المبادئ المؤسسية التي اتبعتها في الإدارة والتي جعلتها مكان عمل يطغى عليه المرح من وجهة نظر غير العاملين بالشركة. فيعمل كلٌ من توزيع المسئوليات على الموظفين وتفويضهم ببعض المهام والتواصل الحر بين أقسامها وموظفيها والشفافية في تبادل المعلومات واعتماد الموظفين على بعضهم البعض وتعاونهم والثقة على تحويل الشركة إلى مكان عمل يطغى عليه المرح.

ولاء الموظفين للشركة

لقد قامت شركة Redhook بإرساء قواعد ثقافة الولاء للشركة عن طريق تشجيع مشاركة الموظفين الكاملة في عملية نمو الشركة. فعلى الرغم من أنه يعمل لدى شركة Redhook نحو ٢٦٠ موظفًا بدوام كامل، فإن كل فرد يقوم بدور في عملية ترويج منتجات الشركة وبيعها. فكبداية، يحصل كل موظف

بداية من أفراد قسم المبيعات والأقسام الإدارية حتى موظفي المستويات الأدنى من الإدارة على بطاقة عمل شخصية. وقد أدى ذلك إلى تكوين فريق للمبيعات والتسويق يتكون من ٢٦٠ موظفًا يقومون بزيارات للمحال التجارية ومحال بيع الأطعمة والمشروبات؛ لتفقُّد مبيعات الشركة وتلقِّي ردود أفعال العملاء ومقترحاتهم. ويقول "نيلسون جاي": "إننا ندرك جميعًا أهمية فحص منتجاتنا ومتابعتها بين الجمهور؛ حيث إننا دائمًا نحافظ على متابعة منتجاتنا في الأسواق".

وكنتيجة لإدراك أهمية متابعة المنتجات في الأسواق، يتم تشجيع الموظفين على تبادل الأفكار بين الأقسام بحرية. فالتصميم المعماري للمكاتب مصمم ليعطي انطباع الوجود بإحدى الصحف أو قنوات الأخبار؛ حيث لا توجد أبواب ولا حواجز بين المكاتب، والتي يمكن أن تعوق عملية طرح الأفكار وتداولها. ويؤدي ذلك إلى الشعور بالأُلفة داخل الشركة.

فرق التشجيع في الشركة

تشجع شركة Redhook موظفيها على القيام بأنشطة مسلية خارج نطاق الشركة؛ حيث يوجد العديد من فِرق أنشطة التسلية بالشركة. ولكن ما تنفرد به شركة Redhook هو إسهاماتها المرحة - سواء المادية أم المعنوية - التي تُقدِّمها إلى فرق التسلية بها أو إلى أنشطة موظفيها المنفردة. فمن الشائع في هذه الشركة أن ترتدي أحد الفِرق تي-شيرت مطبوعًا عليه رمز الشركة، أو أن يذهب عدد كبير من الموظفين لتشجيع زميل لهم يشارك في سباق دراجات أو في سباق للعدو أو في المسابقات النهائية

للأطباق الطائرة. فشركة Redhook تشعر بأن تقديم الدعم إلى موظفيها لا ينتهي بنهاية حدود الشركة أو بانتهاء ساعات العمل بها.

وتتضمن مساهمة ودعم Redhook لموظفيها المشاركة في الأعمال الخيرية والاحتفالات والأحداث العامة على مدار العام بولاية واشنطن. ويحصل كل موظف على فرصة حضور الاحتفالات أو الحفلات الخيرية، الأمر الذي يعتبر علاوة للأفراد الذين يعملون بقسم التسويق أو العلاقات العامة بالشركات الأخرى.

ويمكننا القول إن شركة Redhook قد قامت بتوفير الأنشطة المرحة لمن لا يعملون بالشركة. والهدف من إنشاء جامعة "Redhook" هو توفير فصول متنوعة لمحبِّي مشروبات الشعير – سواء المنزلية أم المعلبة، وكذلك للراغبين في تعلُّم المزيد عن كيفية صُنع هذه المشروبات أو كيفية تطوير قدرتهم على إنتاجها. وفي مقابل رسوم رمزية، يمكن أن يستمتع الموظفون والجمهور عامة على حدٍ سواء ببيئة هادئة وبلقاء أشخاص يشاركونهم الاهتمامات نفسها وبتوسيع مداركهم بالنسبة لصناعة مشروبات الشعير.

ويلتزم موظفو شركة Redhook بالإسهام في نجاح الشركة وإظهار الولاء لمنتجاتهم والاعتماد على زملائهم في العمل والتعاون معهم والاستمتاع بعملهم تمامًا. وهي المعادلة المثالية لتوفير بيئة عمل معتادة يطغى عليها المرح.



فكر في تصرفات مرحة بسيطة

الفصل السابع

فكر في تصرفات مرحة بسيطة

لا يجب أن يكون إضفاء المرح على العمل مهمة شاقة أو أمر يستلزم قائمة طويلة بالأشياء التي يكون لزامًا عليك القيام بها؛ لأن هذا يتنافى تمامًا مع الهدف من إضفاء المرح. فهناك العديد من التصرفات البسيطة والتلقائية التي يمكن أن تقوم بها أنت وزملاؤك في العمل لإضفاء المرح. واعلم أن إشاعة جو من المرح في مكان العمل لا يعني تجاهُل أهداف المؤسسة أو الاستخفاف بها، وكذلك لا يعني إتاحة الفرصة لإهدار الوقت. وإذا تم إشاعة المرح بصورة معتدلة، فيمكن أن يؤدي إلى تجديد الطاقة وتوفير الحيوية والنشاط، العناصر التي يحتاجها الأفراد لاستمرار العمل، والتي تؤدي بدورها إلى تحسين الأداء.

فالتصرفات البسيطة التي تبعث على المرح هي المواقف التي تقوم بها أنت وزملاؤك وتترك ذكريات جميلة لا تُمحى؛ مثل: فترات الاستراحة الطريفة التي قضيتموها معًا أو المواقف والتصرفات التلقائية التي

أثارت الضحك بينكم. بإيجاز، هي الأسباب التي تشجع الأفراد على القدوم إلى العمل. وهذه التصرفات المرحة تتيح لنا فرصة العودة إلى الطفولة بما تتسم به من مرح وضحك ونشاط وحيوية والمرح من أجل المرح.

وتُعد هذه التصرفات البسيطة من الوسائل السريعة والسهلة التي تُمكِّنك من تجديد طاقة زملائك بالعمل. استعِن ببعض هذه الأفكار الرائعة لإضفاء المرح على مكان عملك.



بدأت شركة Ben & Jerry's Homemade في تكوين "فريق المرح"، وهو لجنة تقوم بتوزيع مكافآت مالية على الأقسام التي تنجح في ابتكار وسائل لإدخال السرور على مكان العمل. ويمكن أن تُستخدَم هذه المكافآت المالية في شراء أي شيء يحتاجه القسم مثل ماكينة إعداد مشروب الشيكولاتة الساخن أو للاستعانة بأحد متخصصي التدليك من أجل الموظفين المرهقين.

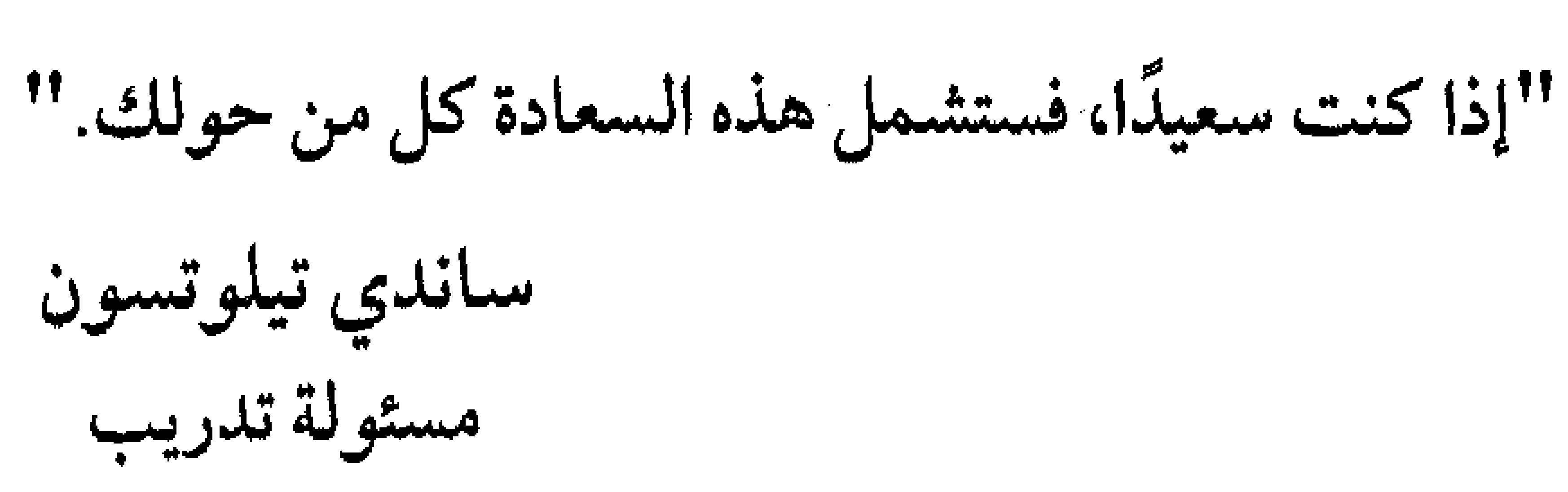
▼ ▼ ▼

قامت العديد من الشركات بتخصيص يوم لارتداء الملابس غير الرسمية. ولإضفاء المرح على هذا التقليد، قامت بتخصيص أيام لارتداء الملابس التنكرية. وتعتبر الاحتفالات السنوية مثل احتفال رأس السنة وغيرها من المناسبات التي يمكن فيها ارتداء الملابس التنكرية طوال اليوم؛ في محاولة لتعزيز طاقة الإبداع وتنمية الروح الجماعية بين

الموظفين. وجدير بالذكر أن العديد من البنوك ومتاجر البيع بالتجزئة والنوادي ساعدت عملاءها في الشعور بالمرح عن طريق ارتداء العاملين بها للملابس التنكرية.

▼ ▼ ▼





"إذا كنت سعيدًا، فستشمل هذه السعادة كل من حولك."

ساندي تيلوتسون

مسئولة تدريب

▼ ▼ ▼

يمكن للمرح والإنتاجية أن يسيرا جنبًا إلى جنب. على سبيل المثال، حين ترغب في قضاء بعض الوقت بمفردك للقيام بأمر ما، فكل ما عليك فعله أن تحذو حذو "ستيفن داتينا" - من Larrey Surgical Clinic بمدينة بورتلاند بولاية أوريجان. فقد قام بتعليق لوحة "ممنوع الاقتراب" على باب مكتبه، ويمكن لزملائه في العمل استعارتها حين يكونون في حاجة إلى قضاء بعض الوقت دون مقاطعة لإنجاز عملهم.

▼ ▼ ▼

تستعين العديد من الشركات بالمجلات الفكاهية وبالرسوم الكرتونية الساخرة لإضفاء المرح وتجديد النشاط والحيوية مما يفجر طاقة الإبداع في مكان العمل. ومن ثَمَّ، حاول تضمين مجلتك أو رسمك الكرتوني المفضل في البريد المتداول بين مكاتب الشركة والمذكرات وأغلفة رسائل الفاكس. وهناك الكثير من الرسوم الكرتونية الساخرة الشهيرة.

▼ ▼ ▼



لمن يشترك في المسابقات التي تقام في أيام العمل التي يُسمح فيها بارتداء الملابس غير الرسمية: "اعلم أنه ليس هناك جدوى من ارتداء الملابس التي لا تشعرك بالارتياح. ومن ثَمَّ؛ ارتدِ الملابس البسيطة. وسيتم تحديد الفائزين حسب قدر البساطة التي تتسم بها ملابسهم."

روبرت جلاسر

مجلة Continental، عدد نوفمبر ١٩٩٦

▼ ▼ ▼

يمكن لإلقاء النكات أن يكون ضربًا من الفنون؛ فمن المسلي أن تقوم بإلقاء النكات والأكثر تسليةً أن تستمع لها. ومن الطرق المرحة للحفاظ

على علاقاتك حيوية بمن حولك، هي أن تقوم بتبادل نكتة أو اثنتين. ويقوم "سكوت" – أحد عمال الصيانة في شركتنا – بالمرور يوميًا سريعًا على المكاتب لإلقاء أحدث النكات. وتُعد هذه الفترة القصيرة بمثابة تحوُّل سارٍ عن مهام العمل اليومية. وقد أصبحنا نتطلع إلى قدومه وإلى مشاركاته المرحة التي ساعدت على تكوين علاقات ودية بين كل الموظفين في أنحاء الشركة وإرساء قواعد التعامل بين الجميع بحيث يتسم بالدفء والترحيب والمرح.

▼ ▼ ▼

يمكن أن يساعد حِس الفكاهة اللطيف على تخفيف وطأة التوتر والضغط. ويمكنك تنمية حِس الفكاهة لدى زملائك بالعمل عن طريق إتاحة كُتب النكات والكتب الساخرة وكذلك الكتب التي تحتوي على رسوم كرتونية لهم أثناء فترات الاستراحة أو تناول الطعام.

▼ ▼ ▼

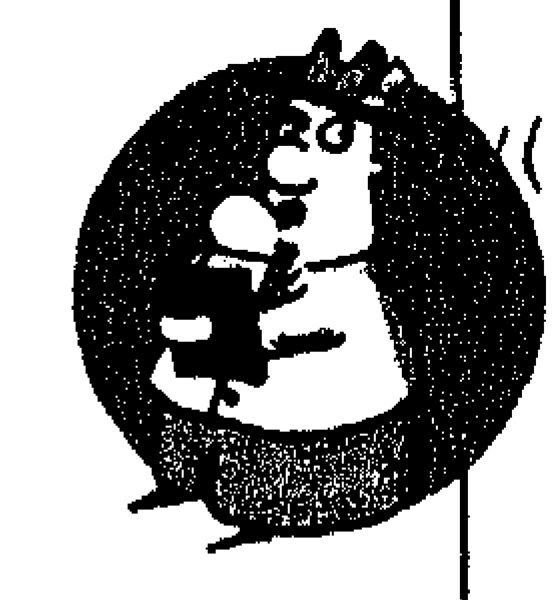
ساعِد زملاءك في العمل على تنمية حِس الفكاهة لديهم بتشجيعهم على تبادُل القصص والأحداث المرحة. وجدير بالذكر أن الأحاديث الودية بين الموظفين يمكن أن تكون أكثر فاعلية في انتشار الأخبار من

مصادر المعلومات الرسمية داخل المؤسسة. وتقوم كلٌ من "كاثلين أنلاند" ودكتور "بران كلينير" - من جامعة كاليفورنيا بمدينة فولرتن - بحث الأفراد على تنمية حِس الفكاهة لديهم؛ فهما يُعلِّمان كيفية التعامل مع النفس برفق وفي الوقت نفسه أخذ العمل على محمل الجد. أضف إلى ذلك أنهما يدركان سرعة انتشار الأخبار السعيدة؛ ومن ثَمَّ يشجعان كل فرد على سرد قصص تعكس المواقف الإيجابية والمرحة التي حدثت بالعمل والتغاضي عن الجانب السلبي.

▼ ▼ ▼

يمكنك الاستلهام من الآخرين كجزء من محاولاتك لتنمية حس الفكاهة لديك ومهاراتك لإشاعة المرح؛ حيث يمكنك اكتساب العديد من المهارات والأساليب عن طريق ملاحظة الآخرين. ومن ثَمَّ، حاول أن تجد شخصًا ما أو أحد أصدقائك ليكون مثلك الأعلى في المرح.

▼ ▼ ▼



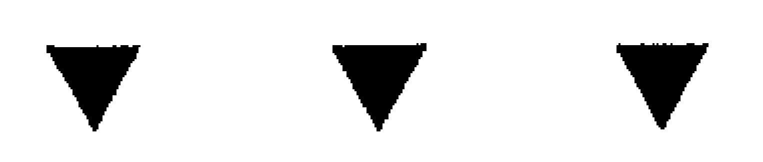
"المرح يعني أن تستمتع بقدومك إلى العمل، وأن تبتسم لأنك هناك، والأهم من ذلك أن تتأكد من إنجازك لعملك."

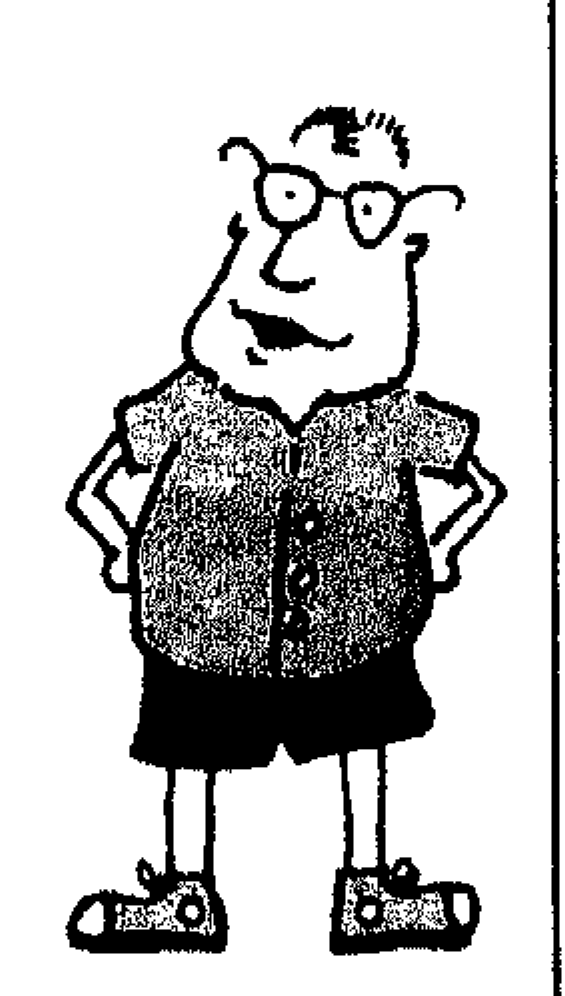
جيري كامنسكي

مدير قسم تطوير العاملين، مقاطعة وين، بولاية ميتشجان

تصرفات

اصنع ملفًا للمرح. قم بجمع الأفكار المرحة والساخرة وضعها في ملف وضم إليه قصاصات الجرائد والرسوم الكرتونية والعناوين الرئيسة المرحة. يمكنك تزويد الملف بكل ما يبعث على المرح والضحك في فترات الاستراحة ليصبح لديك صندوق للمرح. وهكذا، سيكون لديك صندوق مليء بالأفكار والأنشطة المرحة.





لقد تم اعتماد تقليد جديد يتمثل في أنه في أحد أيام السنة ستقوم الأمهات العاملات بإحضار بناتهن إلى العمل. وتتمثل فكرة هذا التقليد في تقديم منظور جديد إلى الفتيات الصغيرات عن المرأة العاملة، وإعطاء نماذج إيجابية على ذلك. وأتمنى أن يمتد هذا التقليد ليشمل كل الأطفال والآباء. وقد بدأت بعض الشركات بالفعل في الاحتفال بيوم الأطفال اقتداءً بالاحتفال بيوم الآباء الذي تحتفل به العديد من الجامعات. فيقوم الآباء بإحضار أطفالهم إلى العمل ليشاهدوا مكان عملهم وما يقومون به وكذلك زملائهم. وجدير بالذكر أن حماس الآباء وفخرهم بعملهم يتجدد حين تُتاح لهم الفرصة لإطلاع أطفالهم على عملهم. وهناك فائدة أخرى تعم من وراء ذلك؛ فلا يوجد شيء

يدفعني إلى تنظيف المكتب أكثر من إدراكي أن أطفالي سيقومون بزيارتي! حين تبدو الأشياء وكأنها تسير من سيئ إلى أسوأ، فقم بأخذ استراحة، وأعِد التفكير في الأمور بتعقل وتعامل معها بشكل أوضح.

▼ ▼ ▼

ذكرت مجلة HR في عددها الصادر في شهر مارس لعام ١٩٩٤، أن العديد من الشركات قامت بتحويل الغرفة التي يستريح فيها العاملون عند شعورهم بالإرهاق إلى غرفة للمرح؛ حيث يتم ملؤها بالألغاز والكتب الساخرة الكوميدية والألعاب، والتي يمكن للموظفين المنهكين الذهاب إليها خلسة لأخذ استراحة لبضع دقائق.

▼ ▼ ▼

يقوم أحد المطاعم بمدينة أوكلاند بولاية كاليفورنيا بعقد مسابقة سنوية لزبائنه لتزيين مناديل المائدة.
تؤدي هذه المسابقة إلى إثارة الحماس لدى كلٍ من الزبائن وطاقم العمل في المطعم. ويحصل الفائز على جائزة لطيفة، ويتم استخدام كل المناديل التي زينها المتسابقون في تزيين

المطعم. وتُعد هذه المسابقة طريقة جيدة لزيادة عدد زبائن المطعم؛ حيث يُحضِر المتسابقون أصدقاءهم وأقاربهم لمشاهدة أعمالهم.

▼ ▼ ▼

تقوم واحدة من شركات Arthur Andersen بالاحتفال بيوم الأطفال الرضع مرة شهريًا. وهي فرصة للأمهات لإحضار أطفالهن والتباهي بهم ومناقشة المسائل المتعلقة بالأمومة والتربية وغيرها.

▼ ▼ ▼

وتقوم شركة أخرى من شركات Arthur Andersen بتعليق لوحات بيضاء للكتابة عليها في أرجاء المبنى كافة، والتي يتم استخدامها من أجل كتابة "سؤال الشهر". يمكن أن يكون هذا السؤال، على سبيل المثال، ما هي الأفلام الجيدة التي شاهدتها مؤخرًا؟ ما أغنيتك القديمة المفضلة؟ ما الشيء الذي يميز، من وجهة نظرك، عام ١٨٥٠؟ إذا أُتيحت لك الفرصة لتسمية لون جديد تنتجه شركة Crayon، فماذا سيكون هذا الاسم؟ ما هي أفضل ذكرى للطفولة بالنسبة لك؟... وهكذا.

▼ ▼ ▼



يقوم المهندسون بشركة Sun Microsystems بحبك كذبة أبريل حول مدراء الشركة التنفيذيين. فقد دارت كذبة أبريل العام الماضي حول تحويل مكتب المدير التنفيذي إلى نموذج مصغر لملعب الجولف ووضع السيارة الفيراري الخاصة بمؤسسي الشركة في وسط بحيرة السمك. ومن العجيب أن يشجع المدراء مثل هذه المُزح ويتقبلونها. ويتم تصوير هذه المواقف لعرضها على الموظفين بالمواقع والفروع الأخرى، كما يتم بيع مجموعة من الأقمصة تحمل صورًا لمثل هذه المزحات لتمويل تلك المناسبة وإقامتها.

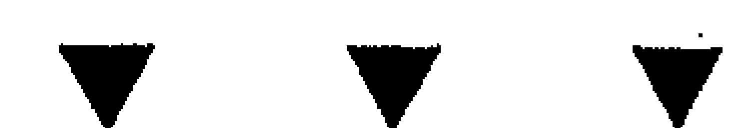




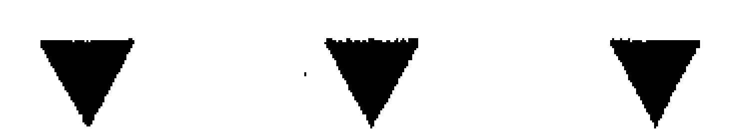
لقد اجتاحت أمريكا موجة من الأغاني المصحوبة برقصات سهلة؛ فأينما تذهب تسمع دقات رقصة الماكرينا. ففي وقت وجيز شاعت الأغنية واجتمع الناس من كل الأعمار ومختلف الأعراق والأجناس بما فيهم طاقم العمل بفرقة "اليانكيز" بنيويورك، وانضموا معًا لتأدية هذه الرقصة الجذابة. وقد انتشرت هذه الرقصة حتى في أماكن العمل؛ فقد شاهدت مجموعات من الموظفين تتوقف عن العمل لمدة دقائق قليلة لتأدية رقصة الماكرينا.



استثمِر فرصة المناسبات وخاصةً تلك التي تهدف إلى المرح؛ مثل يوم كذبة أبريل. يستمتع الموظفون بشركة Arthur Andersen بهذا اليوم عن طريق العبث بمحتويات المكاتب الخاصة بزملائهم وتبديل الصور العائلية المفضلة لهم بأخرى جديدة مختلفة وقلب محتويات المكتب رأسًا على عقب. وبالطبع لا يستمر ذلك لفترة طويلة، كما أنه يحدث على سبيل المزاح.



قدم أحد الموظفين بشركة Cambria Consulting اقتراحًا مرحًا، وهو رعاية يوم مخصص لارتداء ملابس منقطة؛ حيث يتم تشجيع الموظفين على ارتداء تلك الملابس. وبالفعل شارك في ذلك العديد من الموظفين الذين قاموا بارتداء أطقم منقطة بالكامل؛ بدءًا من القبعة إلى الحذاء.

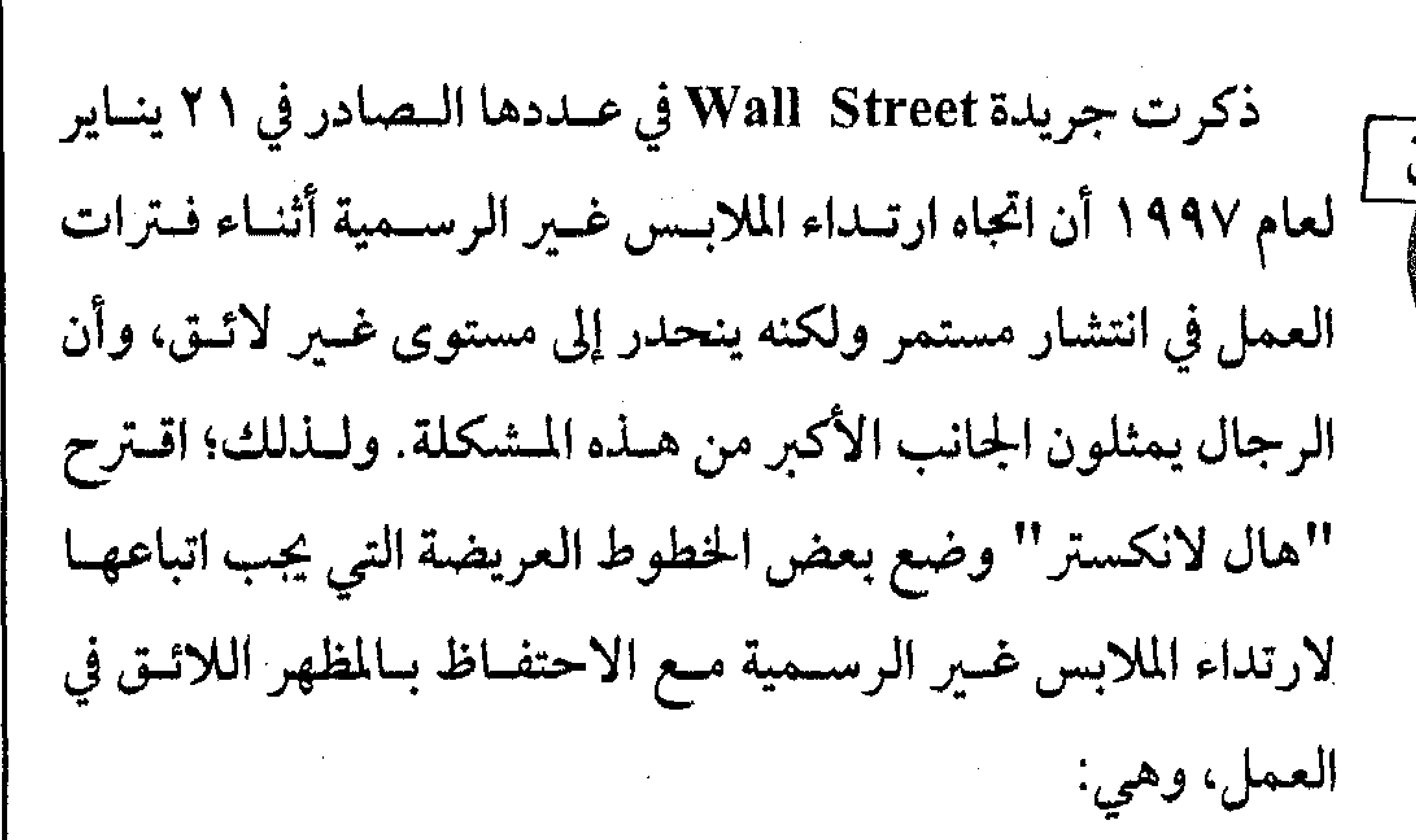


ابتكرت "دينزي داكيس" - من شركة United Airlines - طريقة مرحة للحفاظ على معنوياتها مرتفعة خلال أكثر أوقات السنة إجهادًا وذلك أثناء إعداد الموازنة السنوية للشركة. فلقد قامت بتعليق بعض المقولات

الإيجابية على مكتبها والكمبيوتر الخاص بها وكذلك مقعدها وحولها في كل مكان. ومن ثَمَّ؛ حين يضعف حماسها ومعنوياتها تقع عيناها دائمًا على إحدى المقولات الساخرة أو النكت من حولها. وقد أتت هذه المقولات بثمارها إلى الدرجة التي دفعت زملاءها في العمل إلى أن يحذوا حذوها بتعليق مثل هذه المقولات في أنحاء مكاتب المسئولين عن إعداد الموازنة كافة؛ للتخفيف من وطأة الضغط الذي يقع على كاهلهم.

▼ ▼ ▼

حقائق



ذكرت جريدة **Wall Street** في عددها الصادر في ٢١ يناير لعام ١٩٩٧ أن اتجاه ارتداء الملابس غير الرسمية أثناء فترات العمل في انتشار مستمر ولكنه ينحدر إلى مستوى غير لائق، وأن الرجال يمثلون الجانب الأكبر من هذه المشكلة. ولذلك؛ اقترح "هال لانكستر" وضع بعض الخطوط العريضة التي يجب اتباعها لارتداء الملابس غير الرسمية مع الاحتفاظ بالمظهر اللائق في العمل، وهي:

١- يتكون الزي غير الرسمي اللائق من بنطلون أنيق مصنوع من الأنسجة الطبيعية وقميص وجاكت وكذلك حذاء راقٍ.

٢- ينبغي عدم ارتداء الملابس الرياضية والجينز.

٣- وفي حالة اختلاط الأمر على الموظفين، عليهم تقليد المدير.

▼ ▼ ▼

اقترحت مجلة HR في عددها الصادر في شهر مارس لعام ١٩٩٤ وجود بعض الألواح المخصصة للمرح. ومن ثَمَّ؛ قم بتخصيص بعض اللوحات أو أجزاء منها لتعليق الرسوم الكرتونية والنكت والأقوال الساخرة والمرحة.

▼ ▼ ▼

قائمة بالألعاب العشرة المفضلة من الأقل شعبية إلى أكثرها

(وفقًا للإحصاءات)

١٠- عصا البوجو أو أطواق الهيلا هوب

٩- اليويو

٨- ألعاب تكوين أشكال من أجزاء منفصلة

٧- لعبة "سلانكي" (نوع من الألعاب اليدوية ذاتية التحرك، وهي على شكل لفائف متصلة ببعضها البعض)

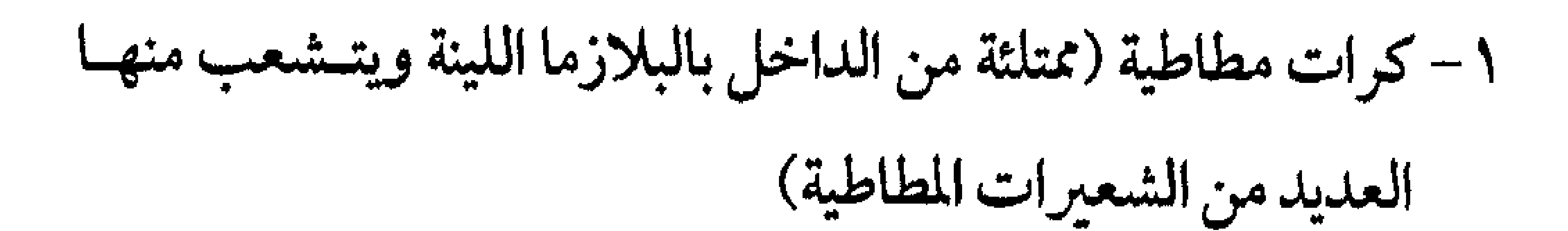

٦- عبوات حلويات على شكل لعبة


٥- الأطباق الطائرة


٤- سيلي باتي

٣- كرات Nerf

٢- مسدسات Nerf


١- كرات مطاطية (ممتلئة من الداخل بالبلازما اللينة ويتشعب منها العديد من الشعيرات المطاطية)

▼ ▼ ▼

لقد أضاف "ستيف كاردامون" - من الشركة الدولية BOCA - بُعدًا جديدًا لعبارة "اضرب واجري". فباعتباره أفضل من يبحث عن المرح وطرقه، اختار أن يفكر في طريقة حياته على أساس "ابتسم واجري".

▼ ▼ ▼

من الرائع تبادل الهدايا بين الناس، لكن يمكن للهدايا أن تكون إحدى الطرق المرحة لتكوين علاقات مع العملاء ومع زملاء العمل.

ويفخر "شيب بيل" - مؤلف العديد من الكتب التي تتناول الإدارة وخدمة العملاء - بكونه من ولاية تكساس، ويُعرَف عنه قيامه بالعديد من الرحلات محملاً بالهدايا؛ مثل القبعات والتي شيرتات والكتب معبرًا عن افتخاره بموطنه ولاية تكساس. ودائمًا ما يتم استقبال هذه الهدايا بالشكر والتقدير والفرحة. ولكنه في إحدى زياراته لدار النشر التي يتعامل معها بمدينة سان فرانسيسكو أعطى كل فرد من طاقم العمل ملصقًا مرسومًا عليه راعي بقر من ولاية تكساس. ولكن لأن فريق "The Cowboys" هو المنافس الأقوى لفريق "Forty-Niners" بسان فرانسيسكو؛ تم رفض الملصقات.

▼ ▼ ▼



"إننا نبحث عن أنماط معينة من الشخصيات: أشخاص يمتلكون حِسًا فكاهيًا ولا يأخذون كل الأمور بصرامة. وسوف ندرب الأشخاص على كل ما يحتاجونه. ولكن هناك شيء واحد لا يمكن لشركة Southwest Airlines تغييره في الأشخاص، ألا وهو النمط الفطري لشخصية الفرد."

هيرب كيلر

المدير التنفيذي لشركة **Southwest Airlines**

يُقـدِّم المستـشار "بي جـي هـاتلي" - مؤلـف أعـلى الكتـب مبيعًـا "A peacock in the land of Penguins" - النصائح الآتية في كتابه:

١- اقرأ بعض الصفحات من هذا الكتاب بصورة مستمرة.

٢- سيمدك بقدرة إنتاجية غير محدودة.

٣- سيقدم حلولاً جديدة للمشكلات القديمة.

٤- عيِّن نائب رئيس للمرح في مكان عملك.

٥- طبِّق فكرة واحـدة عـلى الأقـل مـن هذا الكتاب.

٦- اجمع بين العمل والمرح في آنٍ واحد.

٧- نظِّـم فِرقًـا للمـرح للبحـث بـصورة مستمرة عن أفكـار جديـدة لإضـفاء المرح على العمل.

٨- قدّم مكافآت لكل من يأتي بفكرة أو مشروع أو نشاط مرح يجعل من مكان العمل مكانًا أفضل.

٩- قِف مع نفسك موقفًا حاسمًا وعاتبها إذا توقفت عـن الـشعور بالمرح.

▼ ▼ ▼

تحدثت "آنا كوشكا" - مديرة قسم الموارد البشرية بشركة Nokia Mobile Phones بمدينة سان دييجو بولاية كاليفورنيا - عن إحدى ممارسات الشركة الأكثر نجاحًا والتي تدعم رؤية الشركة بأن "العمل لا بد أن يكون ممتعًا". تقول "آنا": "إننا نقوم برعاية فرقة موسيقية تتضمن طاقم العمل بأكمله، وتقوم الفرقة بالعزف كل ربع ساعة، ونشعر بالسعادة خلال فترات العزف. وتتكون الفرقة من المدراء الأعلى للمشروعات والفنيين وكذلك طاقم السكرتارية". وتقول في مناسبة أخرى: "إننا نعطي موظفينا مسئولية تشكيل ثقافة الشركة وبيئة العمل؛ حيث يتم منحهم السُّلطة لتوفير وتشكيل بيئة العمل التي يرغبون في العمل بها".

وبالتأكيد أن مكان عمل مثل ذلك لا يساعد فقط على الاستمتاع لأقصى درجة، ولكنه أيضًا يُمكِّن الموظفين من غناء مقطوعات موسيقية بصورة جيدة.

▼ ▼ ▼

تعتقد "هولي هالفورسون" - من شركة Colorado Trust بمدينة دينفر - بشدة بأن المرح واحد من أهم السمات بالنسبة لها ولعملها. وفي إحدى المرات، وحتى لا تنسى أهمية الشعور بالمرح داخل أماكن العمل،

كتبت كلمة "مرح" بالقلم الرصاص على المدخل؛ حيث تستطيع رؤيتها باستمرار لتتذكرها دائمًا.

وفيما يلي قواعد "هولي" البسيطة للحفاظ على حس المرح على مدار يومك:

- ▼ حاوِل أن تعلق على بعض تصرفاتك بشكل فكاهي ساخر خلال كل محادثة تجريها.
- ▼ استخدام الكلمات في غير محلها بشكل طريف عوضًا عن خداع من حولك.
- ▼ شجِّع الأشخاص على السخرية من أخطائهم.
- ▼ شجِّع نفسك ومن حولك على سرد قصص النجاح مهما صغر حجمها.

تُعد "هولي" نموذجًا رائعًا لكل من يرغب في إضفاء المرح على العمل؛ فهي تدرك أن الأشياء المرحة الصغيرة التي تحدث بصورة يومية هي التي توفر بيئة خصبة لتعزيز روح العمل الجماعي والإبداع وكذلك الإنتاجية. فتشجع "هولي" كل ما يساعد على إضفاء المرح؛ بدءًا من التصفير إلى الضحك بصوت مرتفع. فإنها تستمد من طاقتها

المــرح

لإضفاء المرح على كل من حولها وتقول: "إنني أقوم بإضفاء المرح على كل ما أقوم به، وإلا فما الفائدة من القيام به؟".

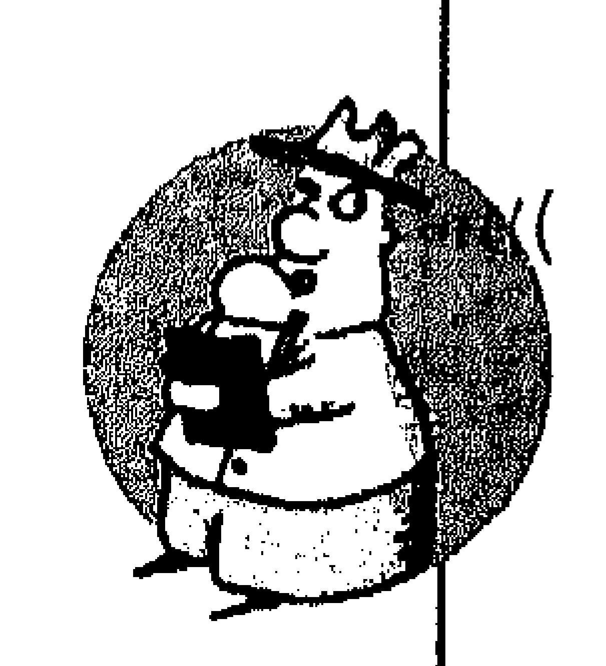
▼ ▼ ▼

لقد ذُكِر في عدد مارس لعام ١٩٩٤ من مجلة HR، أن إحدى أفكار "مات وينستين" - مدير شركة Playfair - الفعالة هي توزيع أدوات مواجهة الضغط على موظفيه، والتي تتكون من لعبة الفكين الزنبركية التي تعتبر مفيدة للمدراء المنهمكين في مكالمات تليفونية مملة، وكذلك الصفارة من أجل الموظفين ليستخدموها أثناء الزحام المروري وأيضًا الأقلام المصنوعة على أشكال خضراوات.

▼ ▼ ▼

تستخدم العديد من الشركات البريد الإليكتروني كوسيلة للتواصل المرح وإنشاء الصداقات الحميمة. فيعمل لدى إحدى الشركات شخص ما يُطلِق على نفسه "المسئول عن صندوق الحلوى"؛ حيث يستخدم البريد الإليكتروني لإخبار طاقم العمل بوصول الحلوى. وقد أصبح البريد الإليكتروني بمثابة مكان لتجمُّع طاقم العمل بالعديد من المؤسسات.

▼ ▼ ▼



"العمل ليس بنقمة، إلا أن العمل الكادح المضجر كذلك."

هنري وارد بيشر

▼ ▼ ▼

لقد ساعد انتشار كاميرات التصوير على انتشار التصوير؛ ليس فقط في الاستوديوهات ولكن في أي مكان؛ حيث يمكن لأي شخص أن يلتقط ما يحلو له من صور. ويفضل العاملون في شركة "OptimalCare" بمدينة فينكس بولاية أريزونا البقاء على أهبة الاستعداد، وذلك عن طريق الاحتفاظ بكاميرا لاستثمار أية فرصة لالتقاط الصور وقت حدوثها. ويتم التقاط معظم الصور عندما ينشغل طاقم العمل باللعب أو بأيٍ من الأمور المرحة. لذلك؛ بمجرد أن يتم تحميض الصور ونشرها، تصبح ذكرى لهذه الأوقات المرحة.

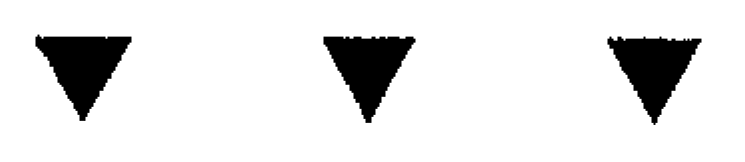
▼ ▼ ▼

قائمة الأشياء التي يجب علي القيام بها:
١- الاستمتاع
٢- الابتهاج

حاوِل دائمًا أن تجعل المرح إحدى أولوياتك ولا تعمل على تأجيله. يستمتع "ليونارد أجوستا" - من شركة RWD

تصرفات

Technologies – بعمله بدرجة كبيرة إلى الحد الـذي يجعلـه يحـاول ألا يدع أي شخص يشتت انتباهه أو يشغله عنه. فهو يضع قائمة بأولوياتـه، ويركز على استمراره في القيام بالأشياء التي تتسبب في أقصى سـعادة لـه؛ مثل النجاح في إتمام أحـد مـشروعاته. ويـشعر "ليونـارد" بـأن سياسـته المعتمدة على دمج المرح بالعمل تسمح لعقله بالاستمرار في العمل لإيجاد حل للمشكلات والبت في القـضايا المتعلقـة بالعمـل حتـى بعـد انتهـاء ساعات العمل.



يمكن لدمى الأطفال المتحركـة رسـم العديـد مـن البـسمات عـلى وجوه طاقم العمل. فهناك بعض الألعاب التي تشرع في الـضحك بصورة هيستيرية حين تقوم بدغدغتها، ولأن الضحك عدوى فإنه ينتشر بين طاقم العمل بسرعة.

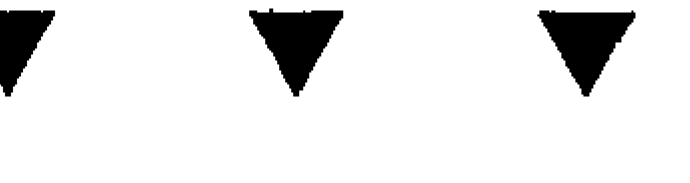
▼ ▼ ▼

لقد استطاعت "بونيتـا كـلارك" – مـن شركـة Bonneville Power Administration بمدينة بورتلاند بولاية أوريجان – إيجـاد طـرق بـسيطة مبتكرة للحصول على المرح؛ بدءًا من قصصها حول حيوان الراكون أثناء

مطاردته للحشرات إلى مجموعة ألعابها ورسومها الكرتونية. فهي تـدرك جيدًا كيف تقوم بإضفاء المرح على العمل.

وتقول "بونيتا" عن كيفية إضـفاء المـرح عـلى عملهـا وعـلى زملائهـا في العمل: "أقوم بتصفُّح كتاب "Why Cats Paint?" وبالشقلبة من حين لآخـر وبترك ورقة شجر جميلة على مكتب أحد زملائـي، وكـذلك أقـوم بدغدغـة أصدقائي في العمل (ممن أدرك أنهـم لـن يـشعروا بالـضيق أو يقومـوا برفـع دعوى قضائية علي) وأقوم بأداء رقصة البطريق وأهون على نفـسي، وأرسـم على وجهي ابتسامة عريضة كما لو كنت ألقي التحية على من لا أعرف".

وتدرك "بونيتا" أنه ليس بكبر الأشياء التي تقوم بها أو بمـدى وقـت فعلها يتولد المرح، وإنما باستمرارية القيام بالتصرفات مهما صغر حجمها والتي تتسبب في رسم البسمة على وجهك ووجه زميلك بالعمل.





"إن إضفاء المرح على العمل يعني استمتاعك به لدرجـة أن تـشعر بمـضي الوقـت الـذي تقـضيه في العمـل بـسرعة وأن الإجـازة الأسبوعية قد جاءت سريعًا".

ديل راي جروس

شركة Roberts Express Trucking

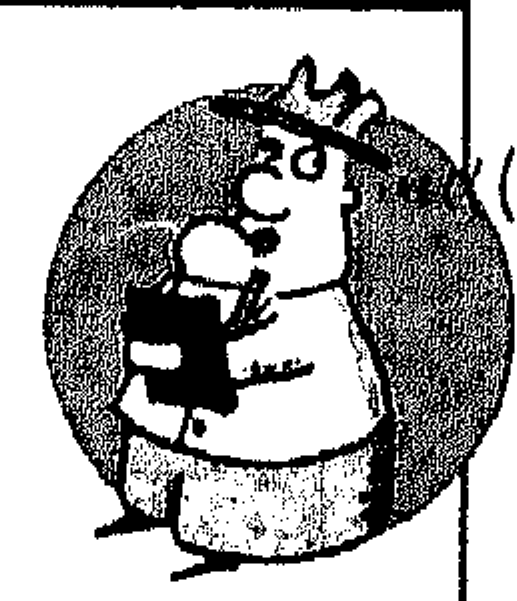


تُعد شركة GTE Data Services واحـدة مـن الـشركات التـي تقـوم بإضفاء المرح على العمل. ويتمثل ذلـك في بعـض التـصرفات البـسيطة؛ مثل: الخروج لتناول الغداء في أحد محال البيتزا وكذلك تناول آيس كريم سنداي مزين بالفاكهة والمكسرات خـلال أيـام العمـل. فيقـوم المـدراء مرتدين القبعات التي يرتديها الطهاة بتقديم الآيس كريم وبترتيب لعـب اليويو المرسوم عليها شعار الشركة والمكتوب عليها "للعمل تقلباته".

▼ ▼ ▼

قم بإعداد كتابك الخاص المليء بالتصرفات المرحة والعبارات الملهمـة الفكاهية. فتمتلك "روندا ويـلي جـونز" – متخصـصة في تنميـة المـوارد البشرية بشركة Iowa State University – دفتر ملاحظات تحـتفظ بـه في مكتبها؛ حيث تكتب فيه أي قول مـأثور أو عبـارة تعجبهـا قـد سـمعتها خلال يومها. وتكتب "روندا" كل عبارة أو مقولة بلون مختلـف بمعـدل ست إلى ثماني مقـولات في الـصفحة الواحـدة. وحـين تعـاود لتتـصفح دفترها، تجد عدة أقوال ملهمة ملونة، التي تـنجح دائمًا في رفـع روحهـا المعنوية.

▼ ▼ ▼



"المرح الذي يشمل مكان العمل يجعلني أشعر أن الساعة ونصف التي أستغرقها للوصول إليه تستحق العناء."

ديانا ويلسز
National Semiconductor

▼ ▼ ▼

لقد ساعدت "كارولين شيك" – مديرة برنامج تنمية الموارد البشرية بشركة HealthEast بمدينة سانت بول بولاية مينيسوتا – على توفير بيئة عمل يسودها المرح. وها هي بعض التصرفات البسيطة التي تقوم بها لإضفاء المرح:

▼ تشجيع وجود الألعاب المكتبية. وتُعد مجموعة الدُّمى الورقية التي على شكل عرائس جذابة إحدى ألعابها المفضلة، التي تحتفظ بالعديد من ملابسها في المكتب. ويعرف الأفراد أماكن هذه الملابس ويقومون بتغيير ملابسها من آن لآخر وإبدالها بملابس مزخرفة جذابة.

▼ إرسال مجموعات من الأفراد ليتم التقاط صور جماعية فاتنة لهم وهم مرتدون أوشحة من الريش

- زراعة بعض نبتات الزهور الربيعية في فصل الخريف لتتمكن من الإزهار بحلول فصل الشتاء

- محاولة كسر الروتين على قدر المستطاع. فعلى سبيل المثال، اختلف العرض الخاص بخطط الأعمال المستقبلية؛ حيث جاء خاليًا من الخطب وشرائح العرض المملة. وبدلاً من ذلك تم عرض فيديو مرح عن الموظفين، والذي حاكى الأفلام الكوميدية الشهيرة. وقد نجح هذا الفيديو في جذب انتباه الموظفين إلى المدير التنفيذي.

وهكذا، تدرك "كارولين" جيدًا كيفية إضفاء المرح على كل ما تقوم به.

▼ ▼ ▼



"يتم التعامل مع المشكلات بحرص وبمنظور آخر في مكان العمل الذي يسوده المرح."

▼ ▼ ▼

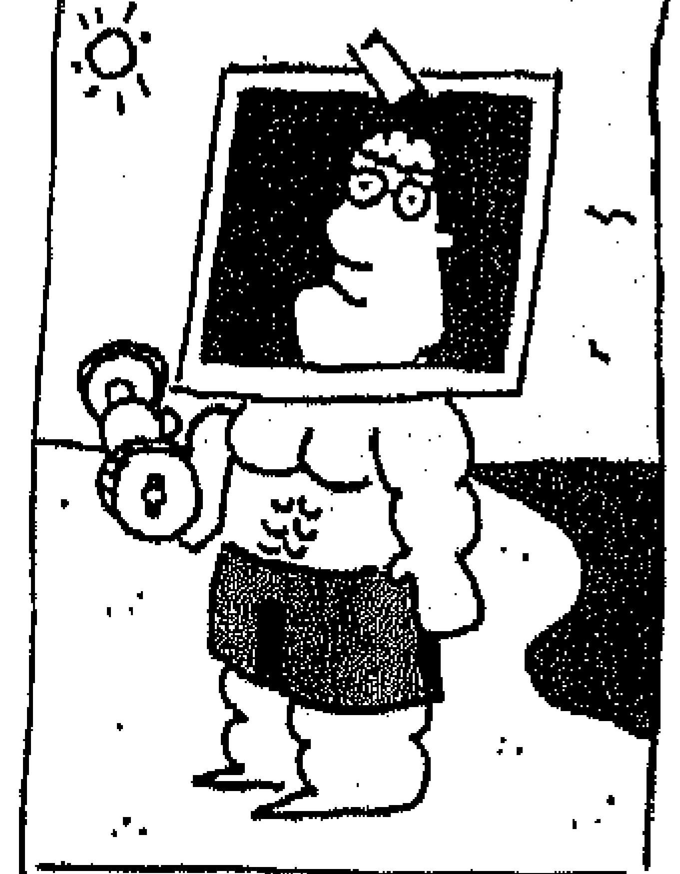
قامت "أنجيلا جان" - مديرة قسم تسهيلات الخدمات القومية بشركة Kaiser Permanente بمدينة أوكلاند بولاية كاليفورنيا - باقتراح

عدة طقوس مرحة لتطبيقها بقسمها. فيقوم طاقم العمل أثناء الاحتفال بالإجازة السنوية ببيع المدراء في مزاد تهكمي بأعلى سعر، وتُخصص الأموال التي يتم جمعها لتنمية المجتمع ومساعدة العديد من المؤسسات من أجل حملاتها السنوية لتوفير الطعام للأسر المحتاجة. ويحصل الفائز بالمزاد على فرصة قيام المدير بتنفيذ أوامره لمدة أربع ساعات. وجدير بالذكر أن القسم الذي ترأسه "أنجيلا" نجح في جمع أكثر من خمسمائة دولار في كل مرة يقومون فيها بعقد هذا المزاد. وتقول "أنجيلا": "تُعد السخرية من منصب المدير أحد أفضل طرق التسلية لنا، وهو الشيء الذي يُفضِّله أيضًا. فالعمل يعتبر مشقة وعناء لنا؛ حيث يتطلب منا الاستعداد دائمًا."

▼ ▼ ▼

وبالإضافة إلى ذلك، تجتمع "أنجيلا جان" هي وزملاؤها بالعمل خلال فترات الغداء لقراءة الأخبار المحلية بصورة ملحوظة، وغالبًا ما يحدث ذلك في أوقات الضغط الشديد في العمل.

تحتفظ "سالي جاي هدسون" - من بنك Bank of America - بمجموعة من الصور لأوجه زملائها بالعمل (مثل الصور الموجودة بجوازات السفر) لتستطيع تركيبها على أي جسد تريد. وتقول "سالي" عن ذلك: "لقد اعتدت أن أجمع الصور المختلفة من المجلات لهذا الغرض. فقد ركَّبت صور وجوهنا على أجساد فريق غنائي شهير لإعداد صورة الترقية الجماعية لقسمنا، كما ركبت صورة المدير على جسد أحد أبطال الملاكمة لإظهار أي نوع من الأبطال هو. وفي إحدى السنوات، ظهرت صورة الزوجين الموجودين بمجموعتنا على هيئة صورة "سانت كلوز" ومساعده على دعوات حفلة رأس السنة".



▼ ▼ ▼

يذكر "جيم بالك" - من شركة J.P. Horizons - أن البسمة هي الإشارة العالمية التي تدل على اتسامك بالاجتماعية واستعدادك لتكوين صداقات. وما يلي بعض الحقائق عن الابتسام:

- الابتسام يجعلك تشعر بسعادة أكبر؛ فحين تبتسم تقوم بتحريك عضلات الوجه، ومن ثم يتم إرسال إشارات إلى المخ، الذي يقوم بدوره بتغيير حالتك المزاجية إلى الأفضل.

- تبتسم السيدات ثماني مرات أكثر من الرجال خلال اليوم. ومن المدهش أن متوسط عمر السيدات يزيد عن متوسط عمر الرجال بمقدار ثماني سنوات؛ أي بمعدل سنة لكل ابتسامة.

- تستطيع اكتساب حُب الناس وثقتهم بصورة أكبر إذا عاملتهم ووجهك يعلوه ابتسامة بشوشة؛ فالبسمة دليل على اتسامك بالاجتماعية وقبولك بالتعامل مع من حولك. فالتزم بذلك، وارسم على وجهك ابتسامة عريضة.

- يمكن للناس أن يستمعوا إلى صوت ابتسامك. فليس بالضرورة أن يراك الشخص ليدرك أنك تبتسم؛ فالابتسامة تظهر في نبرة صوتك.

- الابتسام يهدئ المخ في الوقت الذي تستشيط فيه غضبًا. فقد أثبتت دراسة أجرتها جامعة Stanford أن الدم المتدفق إلى المخ يتم خفض حرارته إلى المعدل المقبول عن طريق الحركات التي تحدث في قسمات

الوجه ومعدل التنفس أثناء الابتسام، ولانقباض عضلات الوجه أثناء العبوس التأثير العكسي.

▼ ▼ ▼



قام مدير قسم المبيعات في إحدى الشركات الكبرى بنيويورك بالاستعانة بمخرج مسرحي ليقوم بتعليم مندوبي المبيعات الذين يعملون لديه كيفية الابتسام. وبالفعل ارتفعت نسبة المبيعات ١٥٪ نتيجة لهذا الدرس.

سيث جودين

شركة Wisdom

▼ ▼ ▼

تتذكر "سالي جاي هدسون" - من بنك Bank of America - مديرها السابق "بوب وترمان" الذي شارك في تأليف كتاب "In Search of Excellence" الذي يتناول أفضل طرق الإدارة مشيرة إلى ولعه بالأفلام، فتقول: "في المناسبات، كان يقوم بتجميعنا للذهاب إلى إحدى حفلات السينما المسائية. وهو الشيء نفسه الذي كان يحدث في أوائل أيام

الربيع؛ حيث كـان يـدرك ضرورة خروجنـا في هـذه الآونـة للاستمتاع بأشعة الشمس. وبعد ذلك، كنا نعود إلى منازلنا".

▼ ▼ ▼

يبدأ يوم عملك قبل أن تطأ قدمك المكتب. ومن ثَمَّ؛ يقـترح "ديفيـد بريسون" بعض الأفكار الآتيـة لتـضيفها إلى رحلـة ذهابـك اليوميـة إلى العمل:

- ▼ قم بشراء إحدى نظـارات الـشمس غريبـة الـشكل التـي لـن تقـوم بارتدائها إلا في المواصلات؛ فمـن المثـير مـشاهدة رد فعـل الركـاب طوال الطريق.
- ▼ قم بشراء أحد الكتب المسجلة على شرائط الكاسيت لسماعها خـلال المسافات الطويلة.
- ▼ احتفظ بشريط كاسيت بحيث يمكنك الاستماع إليه أثناء القيادة.

▼ ▼ ▼

المرح هو سمة العمل بشبكة قنوات Showtime

قامت شبكة القنوات التليفزيونية الخاصة Showtime بتطبيق استراتيجية مهمة ومرحة بقسمَي الاشتراكات وخدمة العملاء بمكاتب الاشتراكات المحلية، والتي أدت إلى تميزها عن باقي الشبكات التليفزيونية الأخرى. وقد أدت تلك الاستراتيجية أيضًا إلى توفير بيئة عمل يسودها المرح، والتي أدت بدورها إلى انخفاض معدل تغير العاملين وكذلك ارتفاع معدل الكفاءة والتميز.

إشاعة المرح

تمتلك شبكة قنوات Showtime ثمانية مكاتب إقليمية متخصصة في التسويق لخدماتها وتوزيعها على مقدمي خدمات الشبكات التليفزيونية. ويقوم المسئولون عن هذه المكاتب بتلقي المكالمات الخاصة بالمبيعات ومتابعة حسابات وتكاليف الخدمة وتدريب مندوبي المبيعات المختصين بتوفير خدمات شبكة قنوات Showtime والذين يتعاملون مع العملاء مباشرة، وكذلك بتوفير سبل تعامل مريحة بالنسبة للعملاء المهمين. ونظرًا لتخصص شبكة القنوات الذي يعتمد على تقديم الخدمات الترفيهية، لعب المسئولون عن مكاتب التسويق دورًا يعتبره العديد من الموظفين المسئولين عن توفير خدمات الشبكات التليفزيونية شيئًا مرحًا ومثيرًا.

يظهر مسئولو التسويق في جلسات التدريب بصورة معتادة مرتدين أزياء تنكرية. وغالبًا ما يتضمن التدريب ممارسة بعض الألعاب؛ حيث إن التفاعل مع المتدربين ومشاركتهم هما أساس التدريب الناجح في شبكة القنوات. وقد اكتشف مسئولو التسويق أن سر نجاحهم يكمن في تقديرهم للمرح وللعلاقات في معاملاتهم التجارية كافة.

وقد انتشرت هذه الدروس المستفادة داخل المؤسسة بأسرها؛ فقد أصبحت الاجتماعات - سواء المحلية أم التي تُعقد على مستوى الشبكة - تتضمن المسرحيات الفكاهية القصيرة وإلقاء النكات وسرد القصص وسماع الموسيقى وكذلك التمثيل المسرحي، وترجع جذور هذه الثقافة إلى استراتيجية عمل متطورة وواعية.

وفي أوائل الثمانينيات من القرن العشرين التي شهدت ظهور صناعة شبكات التليفزيون الحديثة نسبيًا وسريعة النمو، احتلت شبكة قنوات Showtime المرتبة الثانية بعد شبكة القنوات الرائدة في تلك الصناعة Home Box Office (HBO) التي كانت مسيطرة على التوزيع والمبيعات. ولكن موظفي شبكة Showtime وجدوا مندوبي مبيعات شبكة HBO غير مرنين ولا يتسمون بالمرح. وقد أدركت إدارة شبكة Showtime أنها إذا استطاعت تطوير العلاقات بينها وبين ممثلي التسويق ومندوبي المبيعات الذين يتعاملون مع العملاء مباشرة - الذين تم تجاهُلهم في أكبر الشبكات المنافسة - فربما

يمكنها الاستفادة من فرص إتمام صفقات عمل ناجحة. وقد نجحوا في تحقيق هذا الهدف عن طريق إضفاء المرح على التعامل مع الموظفين؛ فقد أصبحت الألعاب ووسائل التسلية والمسرحيات القصيرة الهزلية والعلاقات الودية السمة المميزة لجهود شبكة Showtime الخاصة بالمبيعات والتسويق. وقد أتت الخطة بثمارها؛ فقد نمت الشبكة بصورة ملموسة في غضون عشر سنوات، وأصبحت واحدة من الشبكات المرموقة في مجال الشبكات التليفزيونية والمعروفة بتقدير أهمية إضفاء المرح على مكان العمل.

التسمية للمرة الثانية

في أحد فروع الشبكة بسان فرانسيسكو، نمت ثقافة المرح جنبًا إلى جنب مع أخلاقيات العمل والكفاءة العالية.

فتُعد عملية إطلاق الأسماء على كل فرد أحد التقاليد المرحة التي ابتدعها الموظفون في هذا الفرع. وقد بدأ هذا التقليد منذ بضع سنوات وخلال أحد أشد الأوقات ضغطًا، اتفق فريق العمل على عقد حفلة كل أسبوعين للعمل على رفع الروح المعنوية لفرق العمل والشعور بالفخر، وكذلك للتخفيف من وطأة ضغط العمل. وفي إحدى الحفلات حضر ما يزيد عن عشرين موظفًا لا يعرف كلٌ منهم أسماء الجميع، لذا ابتكر أحد الحاضرين اسمين يتماشيان مع موظفين جديدين لم يعرف أحد اسميهما، وهذان الاسمان هما: "لوثر وكندرا". وبعد فترة قصيرة، تم إطلاق اسم جديد على كل موظف جديد.

وقد احتفظ أفراد طاقم العمل بأسمائهم الجديدة، ومن هنا بدأ هذا التقليد. ومن تلك اللحظة، وفي كل مرة يجتمع فيها طاقم العمل - للاحتفال بالعطلات أو أثناء الرحلات الصيفية أو الاجتماعات - ويتصادف وجود موظف جديد، يحصل هذا الموظف على اسم جديد. وفي بعض الأحيان، يحظى الزوار القادمون لحضور مناسبات تجمع موظفي الشركة باسم جديد.

وقد وضعت قواعد لهذا التقليد بمرور الوقت. فعلى سبيل المثال، لا يكون للشخص حيلة في اختيار اسمه الجديد إلا إذا أبدى امتعاضًا من الاسم المقترَح. وبعد ذلك، يظل حاملاً لهذا الاسم. وقد تسأل المجموعة الشخص الجديد عن الأحداث التي مر بها خلال فترة طفولته، أو اسمًا يعكس هيئة هذا الشخص.

وفي بعض الأحيان عبر السنين، يتم إطلاق هذه الأسماء بصورة رسمية على بعض الأشخاص خلال حفلات تناول العشاء التي تقيمها الشبكة؛ حيث يتم اعتماد اللقب مصحوبًا بمراسم رسمية. وفي إحدى النزهات البحرية،، تم اعتماد الألقاب والموظفين في ملابس السباحة المبتلة ويمسكون بمجدافي الزورق الذي يحملهم.

ويُعد المرح بالنسبة لهذا الفرع من أكثر الوسائل التي تولد الطاقة داخل مقر العمل؛ فقد وجدوا أن المرح التلقائي (ذلك النوع الذي يحدث نتيجة اهتمامك وحبك لزملائك في العمل ولعملائك) يعمل على إشاعة البهجة وتجديد نشاط وحيوية الموظفين.

رغم كل ما يحدث، لا بد أن يظل عالمنا مرحًا

اثنتا عشرة طريقة للحصول على المرح

يُعد المرح من الظواهر البسيطة التي يمكن لأي فرد أن يشارك فيها؛ فهو لا يتطلب منك تدريبًا خاصًا ولن يكلفك من الناحية المادية، ومع هذا فإن فوائده لا حصر لها. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن للمرح أن يُحدِث تأثيرًا إيجابيًا على حياة من تعمل معهم كل يوم.

وفيما يلي اثنتا عشرة طريقة للحصول على المرح، والتي ننصحك بقراءتها بصورة يومية وبالسخرية من تصرفاتك كثيرًا وكذلك الالتزام بتطبيق واحدة منها كل شهر بحيث تكون قد انتهيت من تنفيذها كلها في نهاية العام.

لا تتردد في تعليق النماذج والطرق التي طرحناها ونصائحنا في مكتبك ونشرها بين زملائك، وتذكر أنه برغم كل ما يحدث، لابد أن يظل عالمنا مرحًا.



١- ابدأ بنفسك؛ وحاول أن تدخل البهجة والسرور على نفسك.

٢- انشر المرح فيمن حولك.

٣- وفر بيئة تشجع على انتشار المرح.

٤- احتفل بفوائد المرح.

٥- اقضِ على الحواجز والعوائق التي تحول دون الحصول على المرح.

٦- ابحث عن مواطن انبعاث المرح في أي موقف تقابله.

٧- اتبع حدسك وتصرف بتلقائية.

٨- بادر بالحصول على المرح؛ واستغل أية فرصة متاحة لك.

٩- اجعل المرح شاملاً لحياتك وكل من حولك.

١٠-ابتسم واضحك كثيرًا.

١١-اشتهر بحبك للمرح.

١٢-عش المرح في كل أوقاتك.

١

ابدأ بنفسك



- لا تنتظر الآخرين ليضفوا على حياتك المرح؛ كن أنت باعثًا على المرح.
- اكتشف المرح الذي يكمن بداخلك؛ لاحظ كيف تقضي وقتك وقم بتحديد ما يمكنك تغييره لإحياء حس المرح التلقائي والفكاهة بداخلك أنت وزملائك.
- كلٌ منا لديه طريقته الخاصة في المرح. لذا؛ قم بتنمية طريقتك الخاصة، وأطلِق العنان لنفسك قليلاً لتكون شرارة البدء لانتشار المرح فيمن حولك.

"كل ما أريده أن أحصل على المرح، وأشعر أن هناك من يشاركني هذه الرغبة."

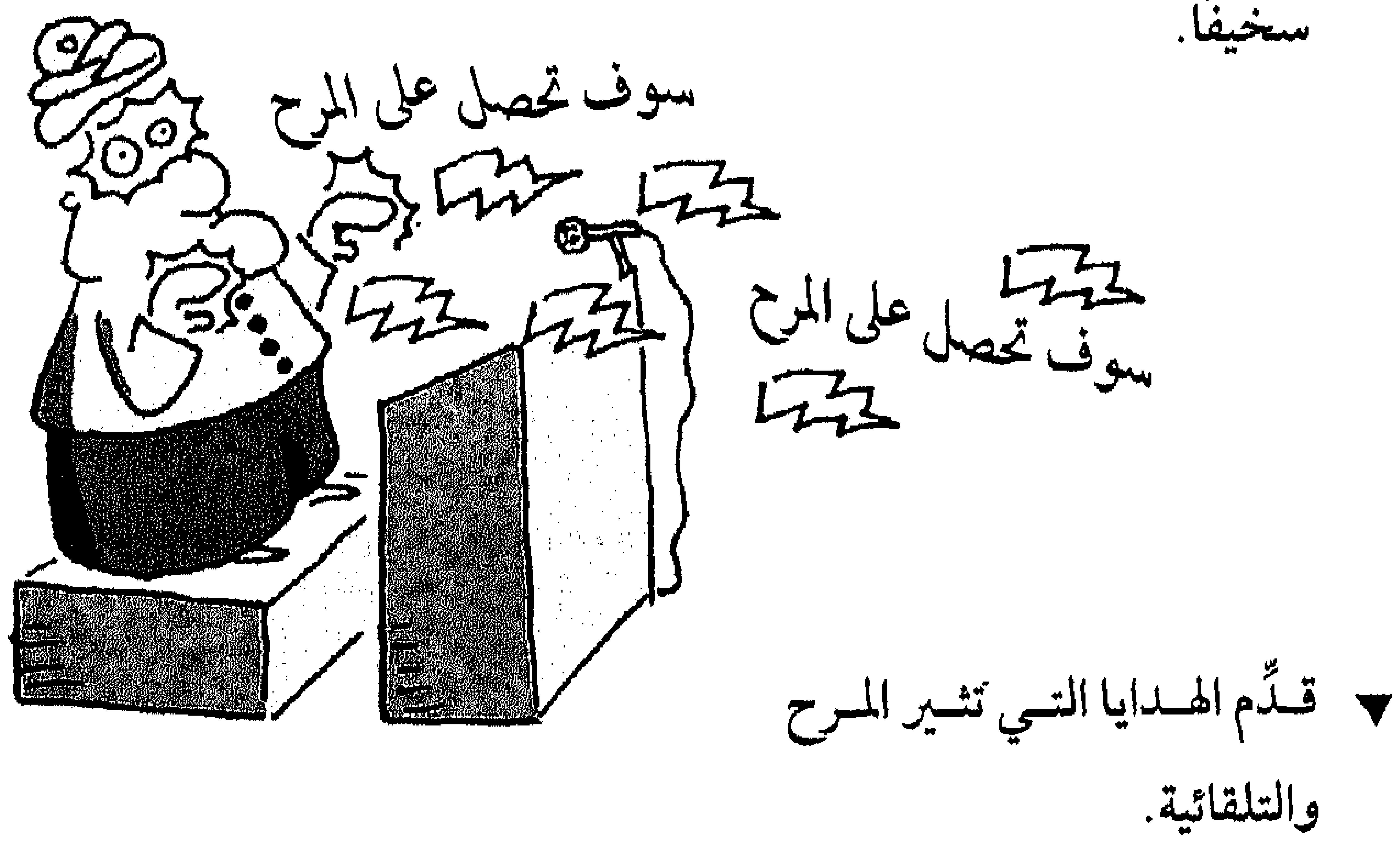
المغنية شيريل كرو



انشر المرح فيمن حولك

▼ كُن مثالاً يُحتذى به للحصول على المرح. شجِّع الآخرين على الانضمام إلى الأنشطة المرحة. قدِّر جهود الآخرين للحصول على المرح وادعمها.

▼ حاول تجربة بعض التصرفات اللطيفة المرحة، ولا تخجل من أن تبدو سخيفًا.



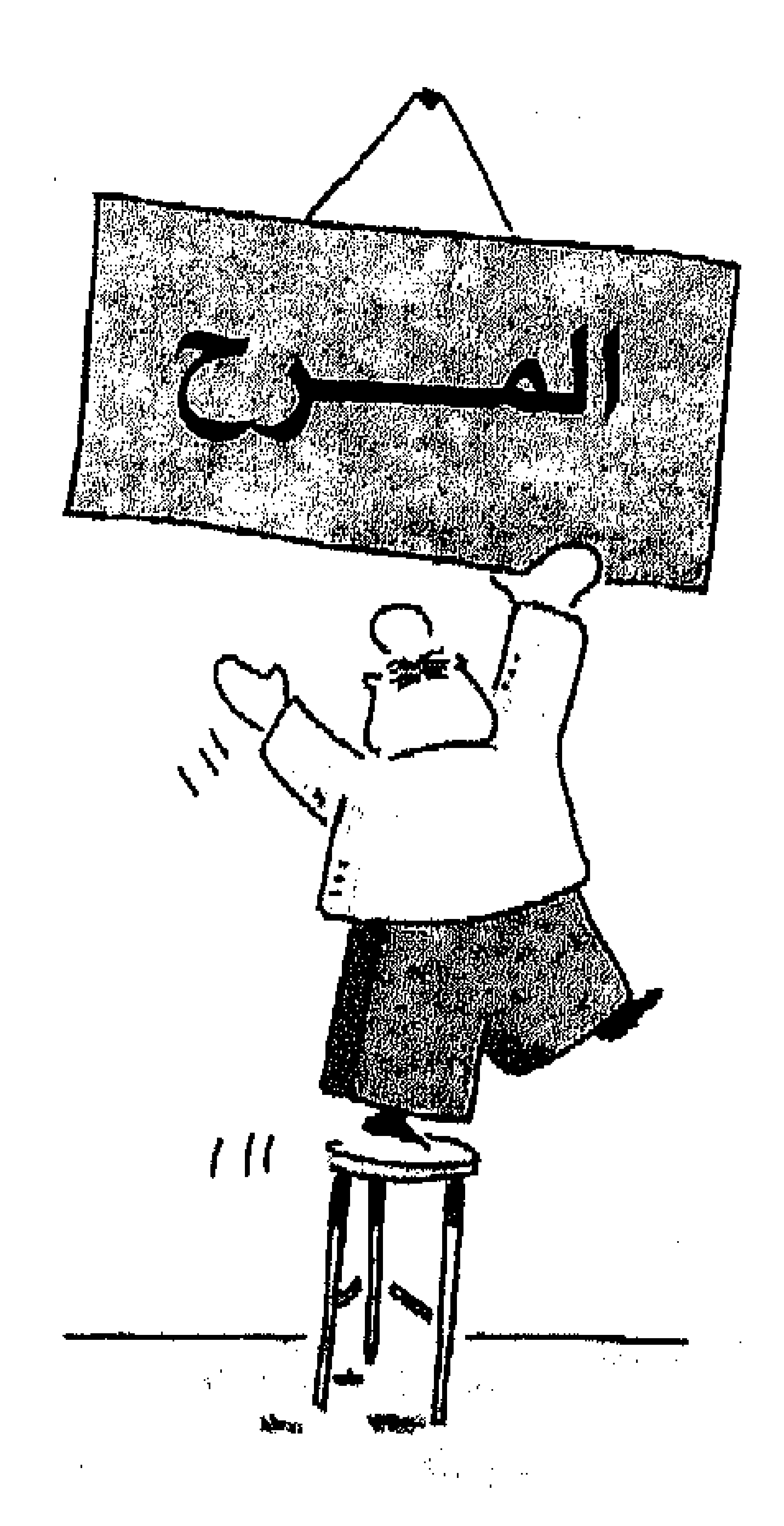
▼ قدِّم الهدايا التي تثير المرح والتلقائية.

" تذكر دائمًا عدم الاستخفاف بصغائر الأمور، فهي تنطوي على أهم العناصر المؤدية لأفضل النتائج. "

د. براين إي روبنسون



وفر بيئة تشجع على انتشار المرح

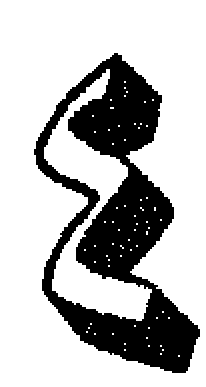


▼ يمكن لبيئة العمل أن تُحدِث تأثيرًا كبيرًا على تصرفاتنا. ومن ثَمَّ؛ انتقِ الألوان المبهجة واستعِن بالموسيقى التي تحسن حالتك المزاجية، وكذلك احرص على توافُر الدُّمى في متناول يدك؛ للتخفيف من وطأة ضغط العمل.

▼ فاجئ نفسك ومن حولك بتغيير الأجواء المحيطة بصورة مستمرة.

"الضحك هو أقصر مسافة لتوطيد العلاقة بين شخصين."

فيكتور بورج



احتفل بفوائد المرح

المرح= زيادة الإنتاجية= زيادة الربح=
النمو= مرح أكثر= إنتاجية أكثر

▼ لا تتباطأ في تقدير مظاهر المرح بمجرد رؤيتك لها. أيد وادعم بإصرار قضية ضرورة بذل المزيد من الجهود للحصول على المرح مع بيان نتائجه وثماره على العمل. خُذ الوقت الكافي في تقدير جهودك وجهود الآخرين، الأمر الذي سيؤدي إلى توفير بيئة عمل إيجابية للجميع.

▼ تقبل أفكار الآخرين واقتراحاتهم لتوفير بيئة عمل يستمتع بها الجميع ويساهم كل فرد فيها في الحصول على المرح.

▼ استخدِم المرح كوسيلة لأخذ فترات راحة، واحتفِل بتلقائية بالعمل الجيد وبالمجهود المبذول فيه.

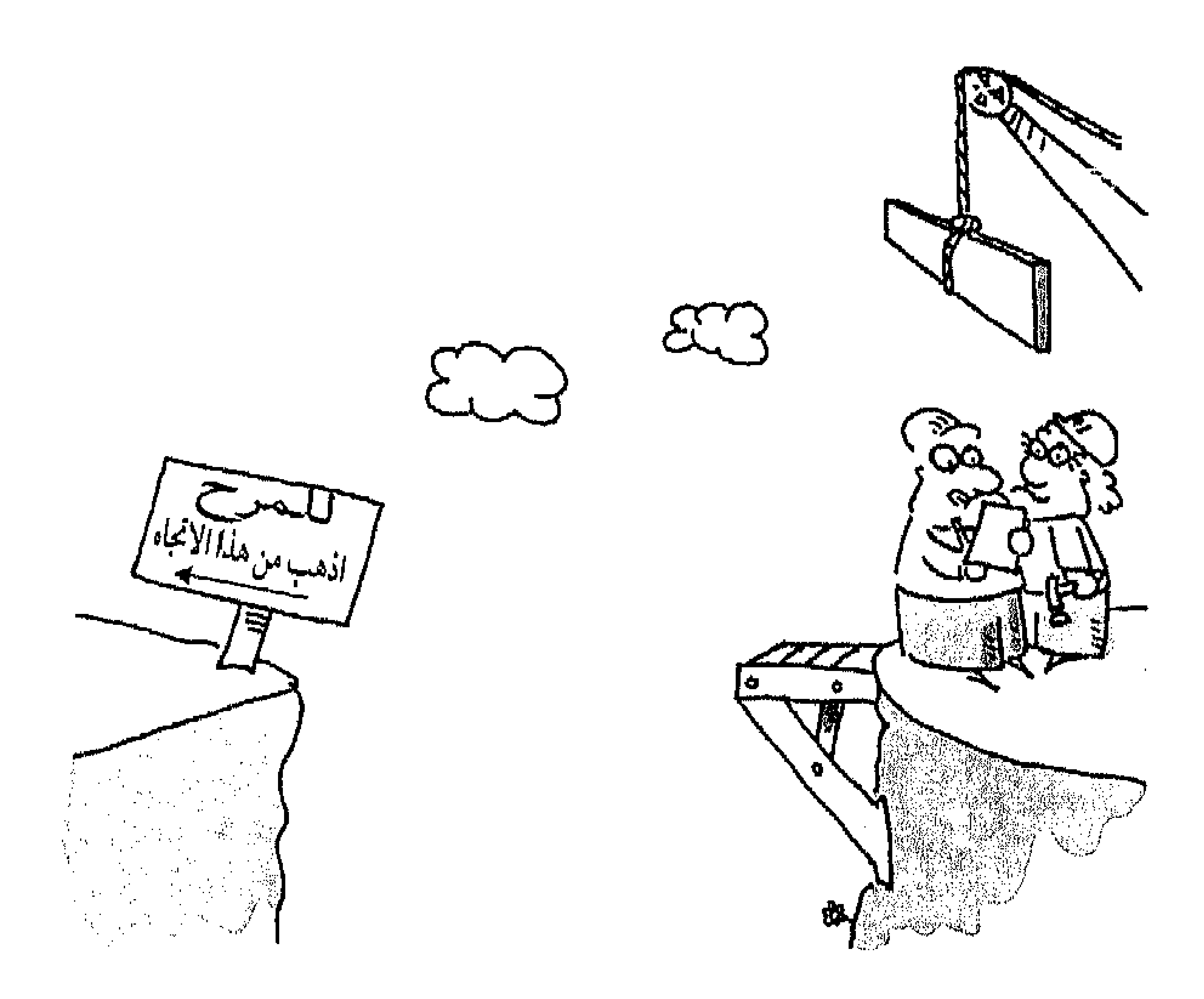
"اعمل بجد وباجتهاد، ولكن احرص على المرح في الوقت نفسه. فكلما زاد حصولك على المرح، زادت قدرتك الإنتاجية."

آب بخشيشي

شركة "University of Utah Hospital"



اقضِ على الحواجز والعوائق التي تحول دون الحصول على المرح



▼ المرح مُعدٍ ومثير؛ فبمجرد إطلاق الشرارة الأولى له، سوف ينتشر بسرعة خلال المؤسسة مُخلفًا وراءه الحيوية والطاقة في كل مكان يذهب إليه.

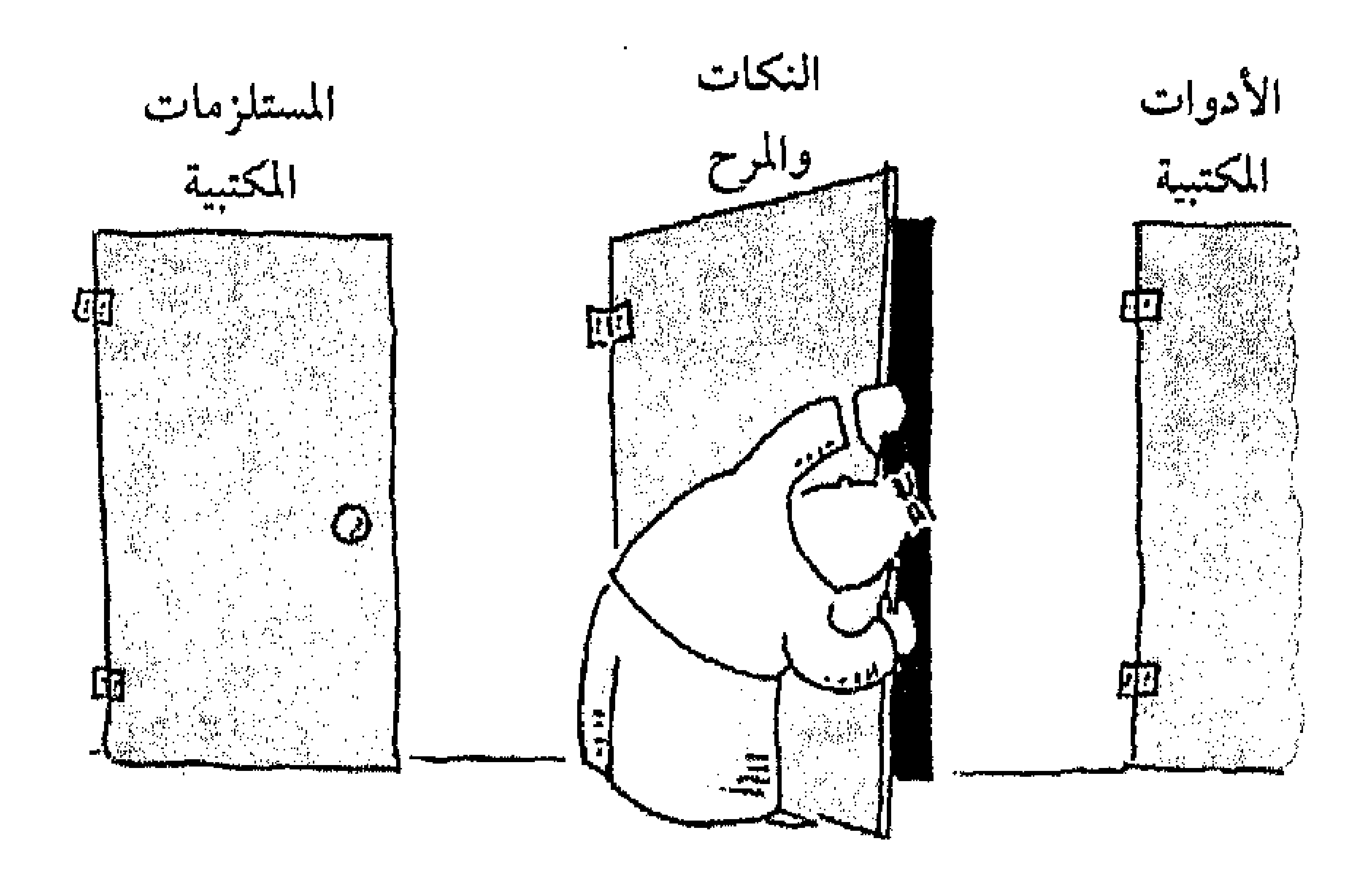
▼ اجعل هدفك هو تذليل العقبات التي تحول دون انتشار المرح، ولا تخشَ مواجهة أعداء المرح.

"إذا اتبعت قواعد المنطق كافة، فسوف يفوتك كل المرح."

الممثلة كاثرين هيبرن



ابحث عن مواطن انبعاث المرح في أي موقف تقابله



▼ دائمًا ما يكون هناك بارقة أمل في أحلك المواقف، ولكن إلى أي درجة أنت مستعد للبحث عنها؟ يُفضِّل الناس التعامل مع الأشخاص المتفائلين والمرحين عن أولئك البؤساء التعساء المتشائمين.

▼ كُن أنت الشخص الذي يتمكن من التعامل بمرح مع أي موقف. ومن ثَمَّ؛ تحلَ دائمًا بالضحك والفكاهة وخاصة على تصرفاتك.

"إن المرح دليل على كرامة من يتحلى به وترفعه عن كل ما يُلم به."

رومان جاري



اتبع حدسك وتصرف بتلقائية



- لا يوجد مكان أو زمان محدد للمرح. لا تنتظر أن يطرق المرح بابك، بل بادر بالحصول عليه حين تحتاجه.
- استعِن بعنصري المفاجأة والتلقائية لتجديد الحيوية والنشاط في عملك وفي علاقاتك.

"يحصل الإنسان على السعادة بالقدر نفسه الذي تمنى الحصول عليه".

الرئيس الأمريكي الراحل أبراهام لينكولن



بادر بالحصول على المرح

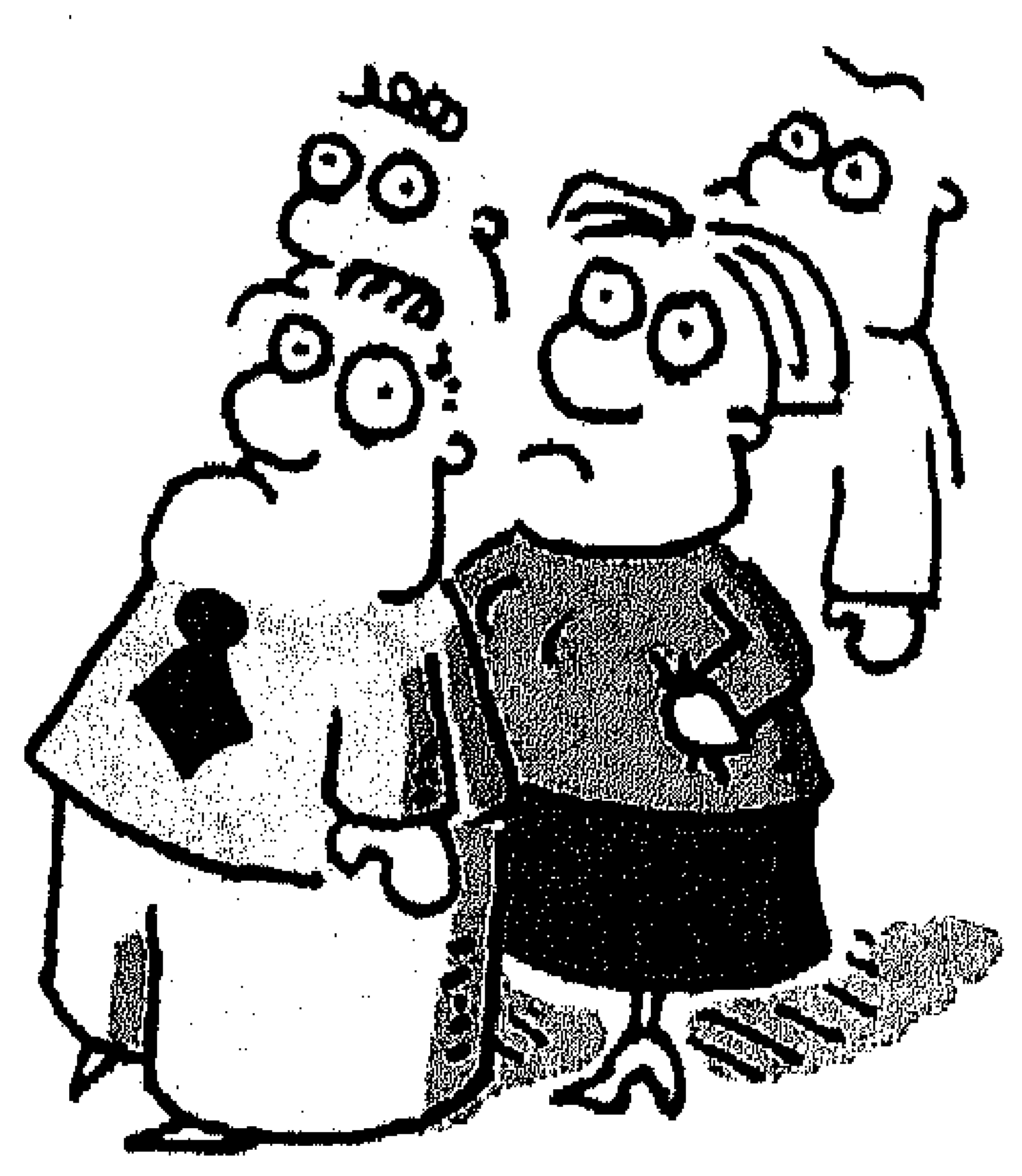
▼ لا تتباطأ ولا تؤجل الحصول على المرح. إن المرح ليس بالجائزة التي تحصل عليها لإنجازك مهمة ما، بل هو الدافع المحرك لك لتنجز المهام بصورة جيدة وتعمل بكفاءة مع الآخرين. ومن ثَمَّ؛ اجعل المرح جزءًا من روتينك اليومي.

"الحياة قصيرة، فاستمتع بها."

نيكيتا خروشوف

رئيس وزراء الاتحاد السوفيتي في الفترة من ١٩٥٨ إلى ١٩٦٤







اجعل المرح شاملاً لحياتك وحياة من حولك

- لا ينبع الشعور بالمرح داخلك إلا بمشاركة الآخرين لك فيه. ومن ثَمَّ؛ إذا منعت الآخرين من حقهم في مشاركتك والحصول على المرح، فإنك بذلك تضع نهاية للشعور بالمرح داخلك وداخل من حولك.

- كلما حافظت على أن تكون مرحًا ومتفائلاً، كان ذلك أفضل موقف يمكن أن تتبناه.

"عامِل المرء كما ينبغي أن يكون، فإن هذا يساعده أن يصبح كما يمكن وينبغي أن يكون."

الفيلسوف الألماني جوته

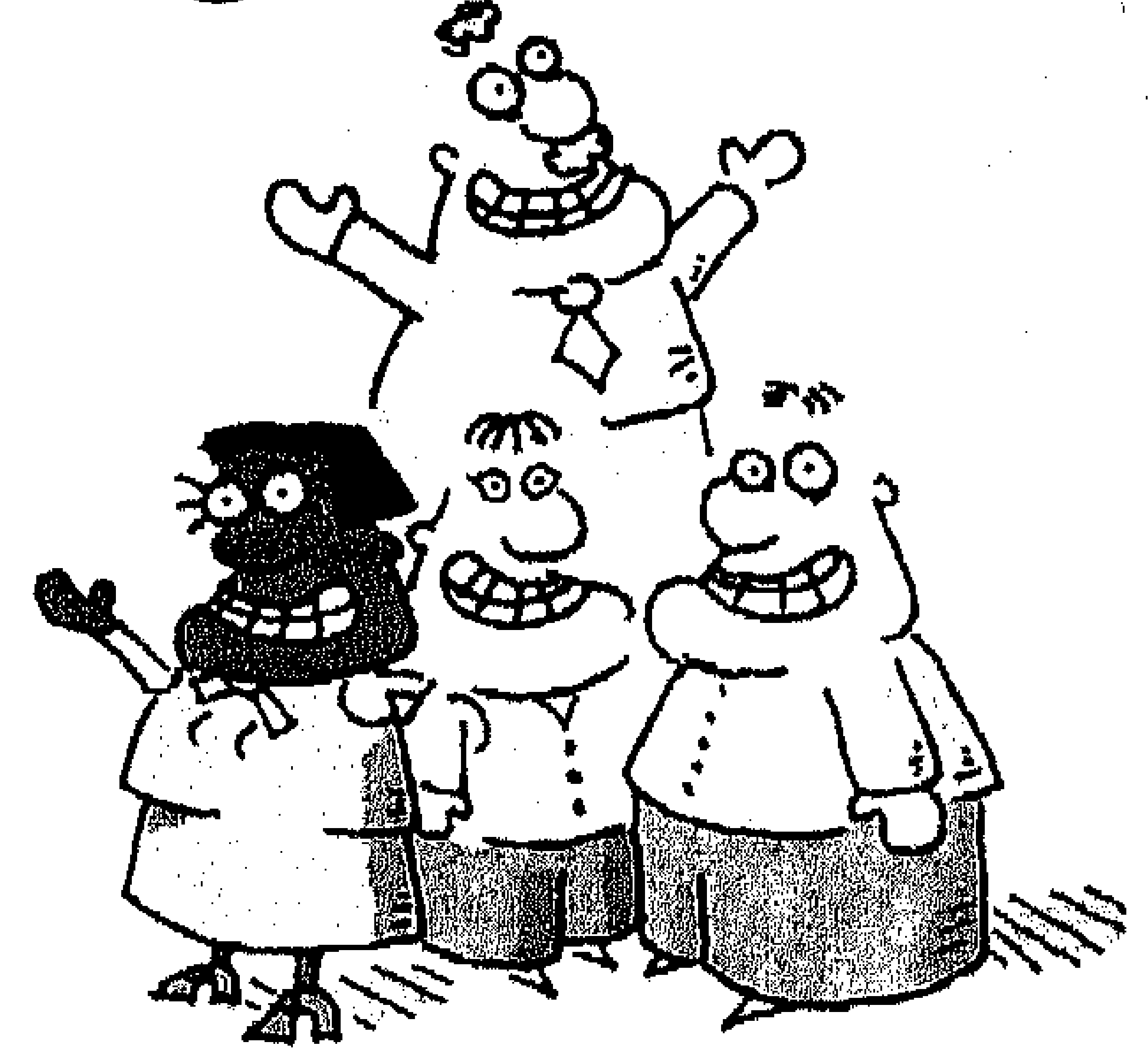


١٠

ابتسم

واضحك كثيرًا

- لا يكلف الابتسام والضحك شيئًا؛ فهما لا يحتاجان إلى امتلاك مهارات خاصة ولا إلى وقت للقيام بهما. وعلى الرغم من ذلك، يمكن لبسمة أو لضحكة أن تكون أكثر الأشياء التي تُحدِث تأثيرًا إيجابيًا واسع المدى.
- ابتسِم في وجه كل شخص تُحييه، واضحك من قلبك عند سماعك لإحدى النكات أو حتى للسخرية من تصرفاتك ولا تختصر حجم الضحك ولا وقته. وحينها، سيتحمس الآخرون لمشاركتك المرح.

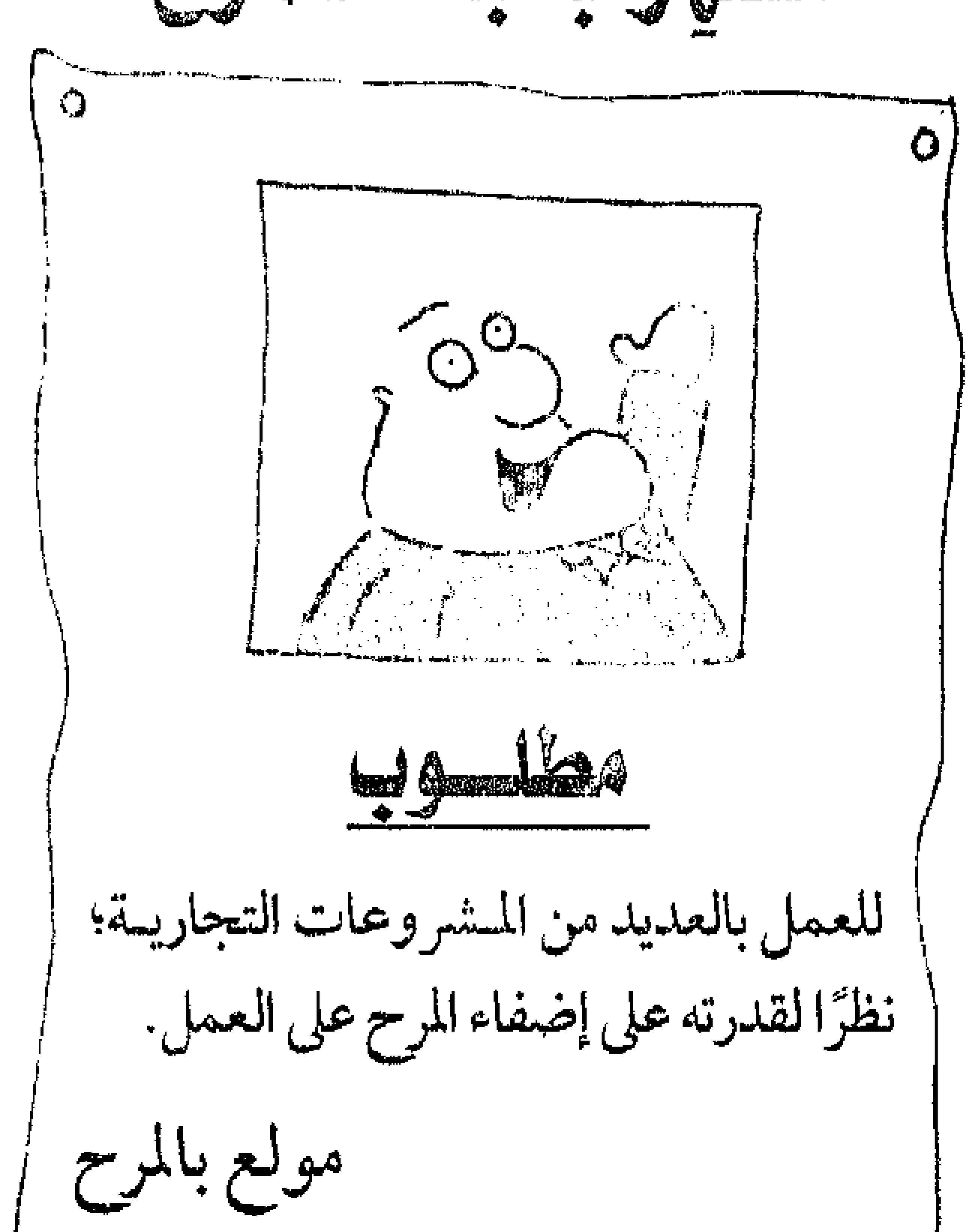


"ابدأ يومك بابتسامة وحافظ عليها طوال اليوم".

المثل الكوميدي الأمريكي دبليو سي فيلدز

١١

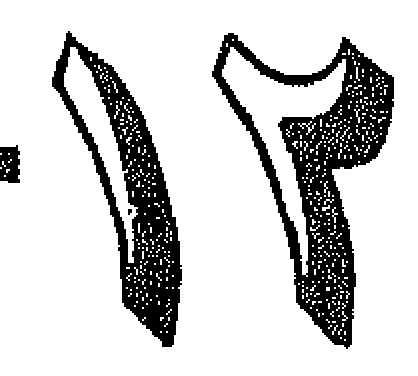
اشتهر بحبك للمرح



▼ إن أعظم إطراء يمكن أن يُوجَّه إليك أن يُقال عنك إنك شخص محب للمرح. اجعل مهمتك الشخصية أن تضفي المرح على كل ما تقوم به، وشارِك مرحك مع الآخرين، ودع المرح ينير حياتك.

"انتقِ عملاً تحبه، وحينها لن تشعر أنك تعمل ولو ليوم واحد."

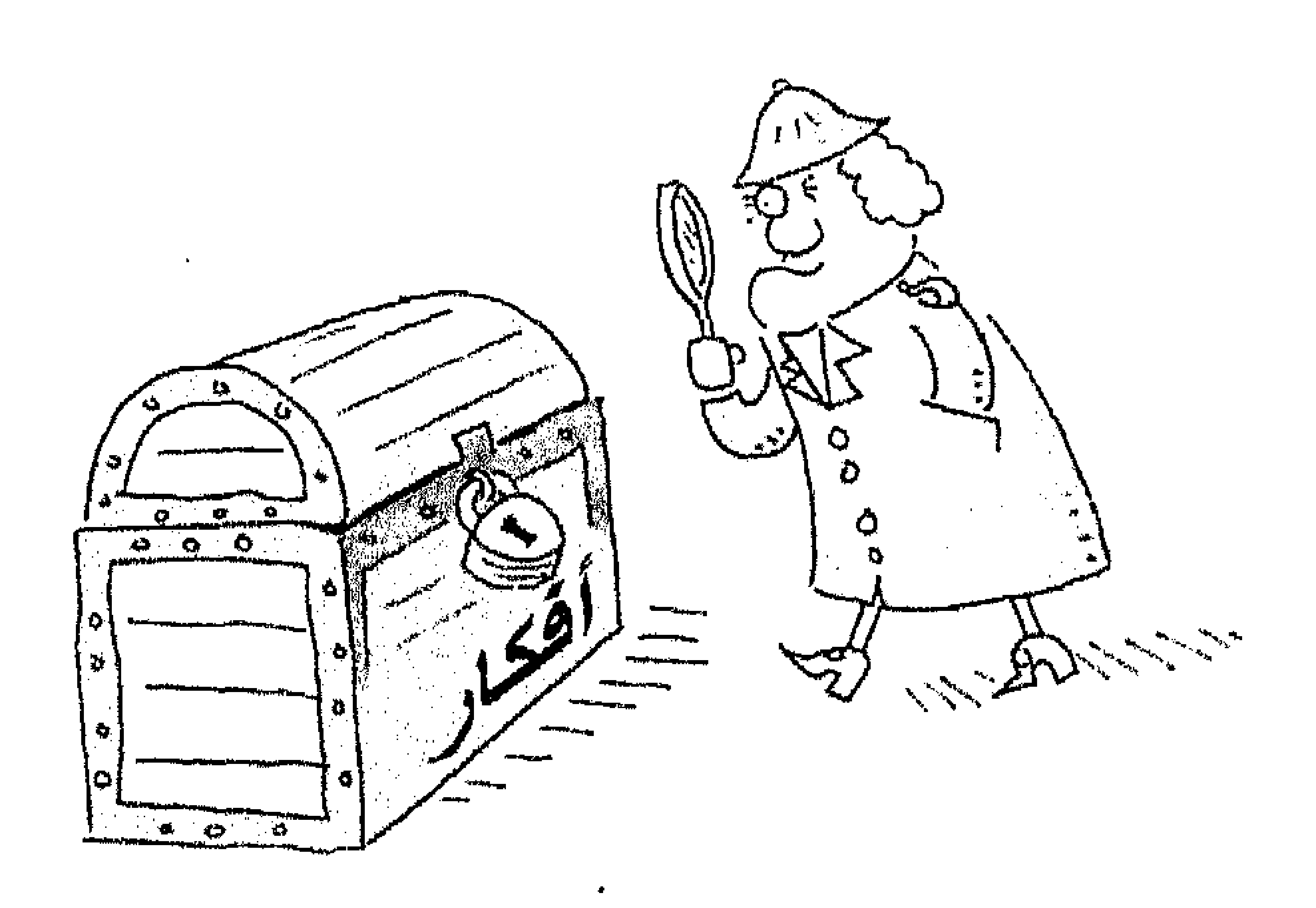
الفيلسوف الصيني كونفيوشس



عش المرح في كل أوقاتك

▼ اطرح فكرة مرحة وضعها في حيز التنفيذ. فبتطبيق فكرة واحدة يوميًا، ستمتلئ حياتك بالمرح. ولا يشكل أي فارق أن تتشارك الأفكار مع زملائك أو أن تستعيرها أو أن تبتكرها بنفسك، المهم هو أن تبدأ في تنفيذها من الآن.

▼ سيزداد حماسك وعزمك في العمل بأقل شيء مرح تفعله بصورة يومية.



"تبسمك في وجه أخيك صدقة."

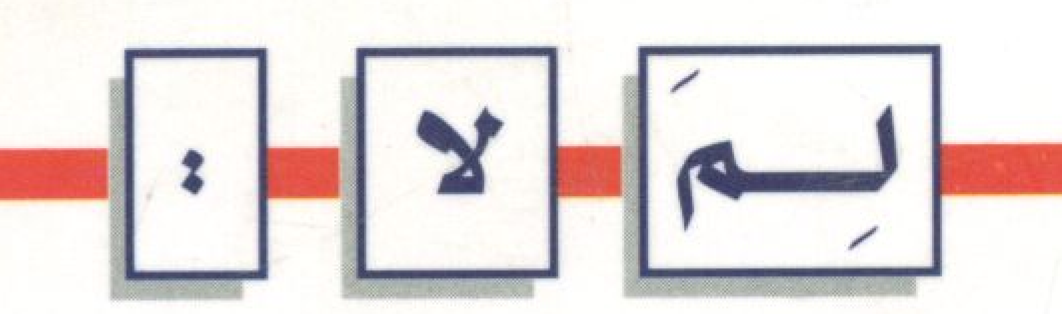
حديث شريف

هل تسعى لنشر المرح في شركتك؟

في هذا الكتاب، يوضح المؤلفان "ديف هيمساث" و"ليزلي يركيس" كيفية إضفاء روح المرح على العمل. فهو يستهدف العاملين في مختلف الشركات ويقدم أكثر من ثلاثمائة طريقة لنشر روح المرح في العمل المكتبي والاجتماعات وبرامج التدريب وغيرها من المجالات.

ليس هذا فحسب، بل يوضح المؤلفان كيف يمكن للمرح أن يسهم في زيادة الإنتاجية ورفع الروح المعنوية للموظفين وكيف يُحدِث ذلك تأثيراً إيجابياً على الجو العام للمؤسسة. والأهم من ذلك حرص المؤلفين على تزويدك بالأفكار التي تضفي روح المرح على العمل، بغض النظر عن بيئة عملك أو منصبك الوظيفي.

▼ ▼ ▼



- تبتكر مسميات وظيفية مضحكة لنفسك ولزملائك؟
- تقيم حفلاً بهيجاً عقب الانتهاء من أحد المشروعات؟
- تقيم حفل عرض أزياء عند اختيار زي جديد؟
- تمنح مكافآت لمن ... في مهمة موك... زميل غائب؟
- تفتتح الاجتماع... بين الموظفين ... المكاتب (يفضل ... وما شابه؟



نبذة عن المؤلف:

ديف هيمساث:

ساهم في تأسيس دار Business Outreach Books للنشر بمدينة كليفلاند بولاية أوهايو، وهو عضو شريك فيها. وقد اشتهر بتطبيق العديد من الأفكار المرحة التي يحتويها هذا الكتاب في مجال عمله. وقد حصل "ديف" على شهادة في التسويق وإدارة الإنتاج من جامعة أوهايو.

ليزلي يركيس:

استشاريةٌ متخصصةٌ في مساعدة الشركات على تحويل المصاعب والعقبات إلى فرص مفيدة. كما أنها تقوم بوضع إطار عمل يساعد الموظفين على إطلاق العنان لإبداعاتهم الداخلية للوصول إلى حلول مبتكرة تخدم بيئة العمل. وقد حصلت "ليزلي" على درجة الماجستير في التنمية الإدارية من جامعة Case Western Reserve، وقامت بتأسيس شركة Catalyst Consulting Group.





ISBN 978-977-455-550-8

